

9月15日上午,郑州蒙牛公司称郑州家乐福超市摊派月饼,召集员工“抗议”,结果双方发生了一场冲突,冲突双方各有人员受伤,目前,双方均有人员被警方治安拘留。无论这场动静挺大的“月饼门”事件结局如何,都将被作为2007年零供关系第一案例而对未来零供关系的走向发生深远影响。

当事件本身的是非尚未烟消云散之时,又有媒体再一次把卖场的进场费、过节费、促销费等名目繁多的费用揭示于公众面前。这让我们不禁思考:零售商和供货商之间为何会存在着如此的矛盾?造成这一矛盾激化的深层原因在哪里?又该如何化解双方的矛盾?



# “月饼门”事件再爆零供难题

□晚报记者 祁京/文 见习记者 赵楠/图

## 最新进展 家乐福要求蒙牛道歉

9月18日下午,家乐福上海总部公关经理陈波发来了家乐福方面关于家乐福与蒙牛冲突事件的声明,全文如下:

经与相关门店负责人确认,向供货商摊派月饼一事不存在。

家乐福不久前刚刚在郑州组织召开了供应商大会,介绍了家乐福与供应商的合作政策,并向供应商公布了投诉电话。

如在与家乐福的沟通中存在异议,供应商完全可以通过正常的途径向家乐福反映,而不应该扰乱门店的正常营业秩序和公共秩序。家乐福致力于与供应商建立公开透明的合作关系,真诚地希望供应商监督我们的

工作,并通过正常的途径对我们的工作提出意见和建议。

蒙牛是家乐福的战略合作伙伴,双方一直保持着良好的合作关系。家乐福重视这一合作关系,也对这一事件给予关注与重视。

我们相信,双方能够妥善处理这一事件。

陈波表示,此声明是家乐福方面的统一口径,至于记者所提出的家乐福郑州北环店课长张朝阳推销月饼和礼金券的录音是否代表公司行为,如果没有推销月饼,蒙牛为何会到家乐福“抗议”等疑点,陈波表示不能做任何回答。

与此同时,从郑州北环家乐福店传出的消息称,家乐福已经要求蒙牛方面正式道歉,并保证不再发生此类事件,而在事发当天晚上,蒙牛郑州贸易公司的总经理就已经到家乐福商谈“和解”的事宜。

记者向家乐福郑州北环店店长求证时没得到相关答复。而蒙牛则称,在蒙牛总部未给出“官方答案”之前,不对任何问题做解释。同时,蒙牛保留有相关证据,会在必要时刻使用。

截至记者发稿时,许多商业网站已经撤下或者删除了有关家乐福“月饼门”事件的新闻和专题。



[相关链接]

## 家乐福部分进场费表

(据2003年7月2日《京华时报》)

名称	金额
法国节日店庆费	每年10万元
中国节庆费	每年30万元
新店开张费	1万元至2万元
老店翻新费	1万元至2万元
DM海报费	每年2340元
端头费	每家门店2000元
新品费	每家门店进一个新商品要1000元
人员管理费	每人每月2000元
堆头费	每家门店3万至10万元
出厂价让利	销售额的8%
服务费	占销售额的1.5%~2%
咨询费	约占2%
排面管理费	2.5%
送货不及时扣款	每天3‰
补损费	产品保管不善,无条件扣款
无条件退货	占销售额的3%至5%
税差	占5%~6%
补差价	在任何地方只要发现有一家商店的抄货价格低于家乐福,企业必须给予家乐福相当数额的罚金

## 无奈之举 蒙牛为何要“抗议”

“蒙牛的做法是不合理,但他们还能有别的更好办法吗?”经销水产的供应商代表郭先生反问到,郭先生的公司是郑州市场最大的水产品供应商,但依然对卖场显得无能为力,“供应商也是毫无办法了,不然不会把矛盾激化到这个程度。”而白象方便面负责和卖场方面沟通的业务人员则告诉记者,某卖场一徐姓女工作人员直接告诉他,“我们就是业务员的坟墓。”

“其实不是蒙牛的话,也会有其他供应商出来和卖场发生冲突,这是零供关系发展到一个阶段的必然产物。”业内资深人士杨旭东说,他告诉记者,今年以来,供应商和零售商的矛盾激化事件时有发生,在家乐福和蒙牛事发之前不久,雅迪尔和百安居的矛盾刚刚画上句号,“雅迪尔曾

经是百安居最主要供货商,与百安居亲密合作近6年,最后却成为反百安居的先锋,可见零供矛盾突出到了什么程度。”

对于杨旭东的说法,郑州市商务局相关负责人指出,去年年底,商务部出台了《零售商供应商公平交易管理办法》、《商业网点管理条例》和《商业特许经营管理条例》等法规文件,目的就是规范零供矛盾。因此,蒙牛应该通过正常渠道和法律途径解决问题,而不是采取不恰当的行为。郑州家乐福和蒙牛之间发生的闹剧只是零供矛盾激化导致的极端案例。

业内人士指出,虽然国家对零供矛盾已经开始注意,并且出台了相关法规,但“有政策就会有对策,零售商和供货商是一种典型的交易,这种交

易完全用文件白纸黑字来规定起到的作用不会那么地好。”河南财经学院教授史璞在接受媒体采访时指出,供应商对于零售商收取一定费用的做法基本上是认同的。但是,零供双方之间的矛盾一直都存在,主要是因为零供双方对于费用收取的方式、名目及金额等容易存在较大的分歧。相关条例与法规的出台虽然有助于规范零供双方的交易行为,维护供应商的合法权益。但在现实交易过程中,供应商在强大的连锁零售终端面前,为了企业的销售与经营目标,不得不继续向零售商妥协。而蒙牛最终选择用亚细亚时代就存在的“换零钱”的方式进行抗议,更多是因为缺乏表达自己意见的平台和途径,以及在这种情况下引发的不理智。

## 归根结底 难以破解卖场盈利难题

何宏剑,郑州商业资深从业人员,以开设超市卖场见长。在他看来,零供关系的矛盾除了政策和法规的欠缺之外,更重要的是卖场盈利模式的无法突破。

零售商是如何盈利的呢?何宏剑告诉记者,从本质上说是通过规模,由规模降低运作成本获得利润产生资金再扩大规模形成良性循环,然而问题是循环初始零售商用于扩大规模的资金主要来源就是供应商,而这也就是零供矛盾产生的症结。

何宏剑认为,现阶段的中国零售行业中,零售商自身经营手段不

成熟,缺乏对市场的关注和消费者对消费者的研究,直接经营利润获取不足,于是在实际操作中,零售商利用自身的优势地位将市场行情波动、产品损耗、销售不力、库存积压等经营风险强行转嫁给供应商,抢夺零售链内部利润。因此,产生了进场费、价格补贴、损耗补贴、退换货、保底销售等商业条款,这些条款的本质都是希望分享更多的供应商既得利益,促使零售价值链的利益重新分配,利润的天平向零售商倾斜,正是这种不平衡的利润获取方式使得零供冲突一再发生。

而在厂家方面,由于制造业集中度不高,大多数国内制造商尚未建立品牌优势,在品牌建设上或者缺乏足够的重视,或者没有有效的方法,因此在与零售商的博弈中,由于未能占据消费者资源而处于弱势。

因此,相关人士认为,从目前的情况来说,只有整个零售行业的发展水平有所提高,才有可能真正地解决零供矛盾。而在当前形式之下,只能寄望于相关法律法规的进一步完善。同时,行政部门、行业协会等第三方机构,必须有实际行动,而非静坐厅前,视流血冲突为儿戏。