

■聚焦春节零售市场系列报道之超市篇

# “价格干预”背景下的超市

1月15日国家发展改革委公布了《关于对部分重要商品及服务实行临时价格干预措施的实施办法》，这是国家15年来首次采取临时措施对市场价格进行控制干预，随后，省市两级有关部门先后下发了关于临时性价格干预和调价备案的相关文件和通知，郑州市的10家大型超市名列其中。

经过了2007年全年的物价上涨，此次临时性价格干预因其和民生的重大关系而备受关注，而在价格干预的背景之下，超市又有哪些变化呢？价格干预会不会在给消费者带来欢愉的同时给企业带来更大的压力呢？

晚报记者 祁京/文 晚报记者 赵楠 实习生 赵静/图



## 超市

作为价格干预备案的执行人，超市一方面希望价格干预细则更清晰，一方面企盼调控重点聚焦在上游厂家

王景生又一次感到很无奈，他推了一下眼镜，无可奈何地对站在对面的厂家代表说：“要不这样吧，下午你跟我们的人到物价局，看看人家让涨价不？”这位在河南世纪联华负责价格的人自嘲道，他成了供应商最“恨”的人。“作为大型商业零售企业，违反国家规定的成本太高，不仅影响企业声誉，还会受到相关处罚，那会得不偿失。因此，我们对价格干预也是相当拥护的，但我们能做的也很有限。”

王景生告诉记者，超市行业的竞争已经非常激烈，作为零售终端的超市、卖场来说，已经没有通过提高售价来赚钱的可能性，“只要价格比别的超市贵，消费者就不会来买，这是最简单的道理”。

超市的调价一般要走什么样的流程呢？王景生说，以往供货商调价，都必须提前函告超市，并注明调价原因，而作为销售商的超市在接到函告后，通常要考量同期市场信息，由采购人员与厂家或供货商直接交涉，尽量压价以提高自身的市场竞争优势。也就是说，即便

没有价格干预措施，其实零售商也不会轻易涨价，否则就可能将自己陷入被动。恰恰相反，零售企业更希望通过互相降价以吸引消费者，甚至不惜牺牲一点自己的利润。所以在王景生看来，杜绝乱涨价，采取价格干预在生产环节更为关键。

“而且，我们也期待价格干预的实施上更清晰。”王景生解释说，对于此次价格干预的具体实施，很多超市都有一些疑惑，“比如说调价备案吧，通告里只说了哪种情况需要备案，而没说备案后咋办，该涨不该涨、能不能涨我们都没底。”得知对于生产企业的涨价申请是涨前备案，而且需将近三年生产经营情况、商品现行价格、拟调价格、调价理由等内容写入调价申请书面报告，发改委受理调价申报后，会在七个工作日内告知企业是否涨价的流程之后，王景生表示，他们也愿意和欢迎对超市调价做这样的规定，“这样可以有相关部门告诉我们能不能涨价，我们执行起来更加清晰。”他建议，政府相关部门可以公布一个进销差价率，“我们按照这条硬标准执行就行”。

## 市民

15年来首控物价，相关部门的审慎和市民的热望，体现的是公共治理和法制矫正双管齐下

1月23日下午，记者以世纪联华工作人员的身份，在郑州市物价局体验了调价备案的具体过程，该局工农产品价格处工作人员成中心表示，只要填写一个备案文件，并写明调价理由和区间就可以了。他说，从备案制度实施以来，来备案的企业并不多，超市方面只有包括大商新玛特建设路店和北京华联超市针对食用油的价格进行了备案，“你们世纪联华算是第三四家的样子。”成中心说。

该局物价受理投诉的一女性工作人员则表示，从发布临时性价格干预政策开始，每天都会接到大量的关于超市私自提价的投诉电话，聚焦在食用油和乳制品上。

相关部门似乎一直在寻找对于此次临时性价格干预有效性的平衡点，国家发改委价格司副司长周望军一再表示，价格干预并不是干预市场，而是引导。河南财经学院行政法学的研究人员指出，值得关注的是，除了行政性的价格干预，还有法制上的调整，如修改《价格违法行为行政处罚规定》。可以说，这一次政府是公共治理和法制矫正双管齐下稳定物价，使得被物价高企的惯性迫降下来。

市民对价格干预如何看待呢？大部分市民表示，2007年生活必需品的涨价风成了老百姓的一块心病，“大家都在担心，春节的消费高峰会不会再次成为一个涨价高峰，政府出台了一个价格干预的新政策，等于帮大家治治这个心病。”退休教师张女士说。她希望，价格干预应该成为一件长期性的措施，不但让食品物价上涨过快，而且要扩大到包括房地产在内的各个领域。

对于这种期盼，相关人士认为，按照淳朴的民生愿望，人们对于过去15年来“高增长、低通胀”的低物价时代有一种依依不舍的心情。可是，从经济学常识看，再回到过去的低物价肯定已不可能。在市场经济体制下，价格干预只能说是一种公共治理手段，其调节功能仅具纠偏性。公众不能指望公共权力对市场进行深度介入，否则就严重损害了市场经济运行的“市场”内核。而在行政干预下的价格纠偏给予民生“近期稳定”的承诺后，可以采取更为积极稳健的宏观手段，利用财税、金融、贸易等一揽子调控举措，使物价走向和市场发展相平衡，舒缓通胀压力。

## 声音

业内人士认为，对于超市来说，价格干预涉及的商品本来就是低毛利，更重要的是限制非正常降价

目前价格干预对超市的影响，行业内部有着两种截然不同的认知。

一种观点认为，尽管履行备案制本身不会对零售商产生直接的盈利影响，但上游供应商盈利空间的缩窄可能会压缩超市企业的毛利率水平。持该观点的某超市负责人李先生指出，由于中国超市行业的终端零售价大都由供应商控制，零售商的经营模式基本上以经销为主，平均毛利率为10%~15%，盈利来源主要是基本毛利和销售额。所以在价格管制期间，由于供应商的提价幅度不得超过成本上涨幅度，那么上游的盈利空间将比预期有所下降，留给零售商的毛利率水平应该会小幅下调。

但有着相反观点的超市业内人士则认为，所谓影响毛利率的说法并不准确。一位业内人士告诉记者，在卖场的销售结构定位中，价格干预的几类生活必需品类商品本来就属于低毛利的范畴，对这几类商品，卖场本来就更希望是价格保持在较低的水平，最好不要有价格波动，尤其不要有大幅度的价格波动。从同行竞争的角度考虑，卖场

对这几类商品的价格不但不会高于市场平均水平，而且还会在厂家涨价的过程中，千方百计地拖延涨价。“至少我干了这么多年超市，没看过卖场跟着厂家涨价提高毛利的事情。”这位业内人士认为，生活必需品价格非常敏感，没有卖场会去自己调高价格，“除非你想告诉消费者说你的超市价格贵，不用来”。

而最关键的事情在于，涉及价格干预的商品根本不在卖场获取毛利的范围之内，卖场保持总毛利的方法有很多，比如场租之类，“生活必需品都没有正常毛利，不少还是负毛利。”宏远水品的一位工作人员告诉记者，他认为，毛利不是生活必需品在卖场的真正意义所在，所以，卖场担心的只是如何协调与政府和厂家的关系，所谓毛利下降一说并不属实。

业内人士杨旭东进而指出，对于超市来说，真正会触及核心的不是干预涨价，而是干预降价。“去年这一年中，哄抢便宜鸡蛋、便宜食用油等造成的伤亡惨剧已经不止一次了，应该引起相关部门的警惕。”

**中国南方航空 CHINA SOUTHERN**  
**河南梅苑航空服务有限公司**

**购机票好礼三重送**

- 好礼① 赠送VIP会员积分卡
- 好礼② 贺新春惊喜小礼包
- 好礼③ 精美航空飞机模型 (5000元以上订单方可获赠)

本活动的最终解释权归河南梅苑航空服务有限公司

24小时订票热线：**96677**  
省内直拨/市话收费  
**400-65-96677**  
国内直拨/市话收费

国际航协代码：C8310702

Http://www.65622222.com