

超市 VS 供货商

双方利益博弈后的暗潮涌动

近日,被多家媒体共同关注的家乐福受贿案,在超市零售业中引起了不小的震动。事实上,在此之前,超市和供货商之间的矛盾也曾受到多方媒体的报道,但从没有像这次家乐福案件能受到社会各界的共同关注。随后,记者对郑州的不少超市进行了采访,发现超市作为零售业中的一种形式,与供应商之间确实存在不少猫儿腻,那么他们之间到底发生着什么?透过家乐福案件,我们能发现超市和供货商之间在有着共同的利益之后还涌动着哪些暗潮?

晚报记者 谢宽/文 赵楠/图



供货商:揭秘潜规则招数

的确,就像众多媒体所报出的黑幕一样,供货商张先生告诉记者:“在超市中,像明令禁止的进场费改换成了促销费,开新店征收的赞助费等各项费用,仍在继续。除此之外,超市还不断变化招数克扣供应商。”据记者了解到,商品从进场到上货台,一般通过三种招数,才能做到。

招数一:上货需要上下“打点” 为了商品能够顺利入库、上架销售并占有不错的位置,供应商还要做好“打点”工作。在一些超市的门店,科长能决定商品的陈列位置,而收货员则直接关系到补货及时度。供应商付女士介绍道,一般会规定场内哪些是主通道、哪些是辅通道,主辅通道分别放置多少堆头,人流方向如何走,但卖场只要稍做手脚便可完全改变这些布局的方式。比如,在一个促销堆头旁边放一个广告牌道,人流会好些。

另外,按照正规操作,卖场会对每个单品的

销量进行统计,按照销售业绩决定排面摆放位置。对于新品而言,则会参照同一品牌的其他商品销量,或者同类产品的销售状况来决定最初的上架位置。“由于货架都是有限的,好的位置更是有限,有时销量不是很好,超市可能不给你上好位置。这时如果不给科长一些好处,则是可以变通的。”刘先生说。

招数二:变相收费 某供货商张先生说:“连锁超市一般收取的费用分为三大类:一是选位费,二是专区专柜费,三是节假日促销费。其中进场费多少则与该连锁大卖场的规模大小和分店的数量挂钩,而专区专柜费则要看在店内的位置如何。”他向记者算了一笔账:一个品种进一家店的“选位费”要5000元,条码费是1500元;如果该超市在郑州有5家分店,那么“选位费”和条码费总计要交3.25万元。此外,每年还要交过节费、店庆费、新店赞助费、宣传

牌及促销用品制作费、刷卡手续费、进货折扣、退佣等20多种费用。

有关业内人士指出,目前食品行业平均利润率在10%以下,但交纳各项费用占去20%左右。目前原材料、人力等成本都在涨,因此许多食品企业铤而走险压缩生产、流通成本。

招数三:超市盘点缺货需要“无偿”补货 除此之外,供货商杨女士也抱怨,超市补货的情况也是手段之一,有的超市补货率高达3%左右,去年还可以维持在1%的水平。平时一到月底超市采购部门商品盘亏了,就打电话让补货。如果按照正常损耗,补几瓶货也无可厚非,但是这些卖亏的货很多不是正常丢失。补十几箱货,超市工作人员不会给任何补货证明,这些货都是“无偿”给超市人员补的“亏空”,这就给超市内部人员私下转移货品提供了便利。

零售商:要从多方面看待问题

面对供应商所谈到的种种手段,记者带着问题走访了一些超市零售企业。

“比如说进货费改成各种选位费,促销费等费用,在超市当中是存在的,上销售好的架子的费用是和其他的不同。但是并不只是掏钱能换来的,超市会根据商品的销量排名,来安排位置,因此出现这样的机会会很少。”他进一步分析,进超市需要“上下打点”,从另一个角度来说,说明某些超市中,经营管理中出现了问题,应该说此类事情,在超市的管理者应该知道其中的潜规则,为了避免此类事件的膨胀,一般会通过从进场,到上架,再到销售,最后到结算等环节细分工序,把权利划分,不能一人掌控。虽每个超市的管理决策不同,但目的应该是一致的。

另外一种声音则认为事情总有两面性。一般来说,大型的超市,首选目标供货商是那些在市民当中有了影响力的品牌,只有这样才能称得上是“门当户对”,对销售对企业都有帮助。相反,一些小品牌的供货商为了能扩大品牌的影响力,获得更多的利润,就想在大型的超市上

货,而且希望能安置在较好的位置上。通过正当的手段是无法达到的,因此,通过这种不正当的竞争手段可以获得收益。

此外,还有一种说法认为,超市中所发生的这种不正当的行为,只能说个人面对金钱所作出的错误选择,超市企业服务消费者的目的是不会错的。从侧面来说,这是由于一些超市企业员工的素质不高而造成的。采访中,不少超市负责人表示如果受贿事件发生在自己的超市,那么责任人将受到严厉的处罚。

有关经济学家认为:如何控制此类不正常手段的发生。要从三个方面入手,其一,企业对商品的进入,到上架有严格的规章制度;其二,企业对商品进行掌控,加强监督管理工作;其三,组织员工培训,提升员工素质,强化此类事件在超市中的危害性,从自身做起保护企业,保护消费者。

有人怀疑家乐福受贿案事件的爆出,等于是于在零售矛盾中的导火索,零售矛盾达到矛盾的临界点。对此说法,等到的答案是否定的。

“这件事只能算是零售矛盾中一个方面,

并不是主要问题。”某超市负责人说,“本身来说,供应商和超市零售商是分不开的。供货商的商品质量好,才能使得超市顺利地销售,从而获得成本的快速周转,保证整条链的良性循环,反之则会出现,资金链断裂,导致企业的崩盘。因此在零售矛盾中,超市和供货商之间的资金结算周转才是主要的矛盾。”

那么目前在社区中出现的供应商进驻社区开店的说法,是否存在负担不了零售之间矛盾的无奈之举时,他告诉记者:“一部分原因是由于目前的超市数量有限,供应商自己愿意通过单店的形式来扩大销售,这跟一些商业中知名服饰从百货商场中走出来有些相似。另一部分则是品牌比较小,无法通过大型超市来上货,因此只能采取这种手段。”

应该说,供应商与超市之间的矛盾算是“老问题”了,双方都存在一个利益的“博弈”,大家都是在不断的博弈中追求一个“动态平衡”。虽然零售业业态、规模在不断发展,但这一问题依然挥之不去。

消费者:“最后受伤的总是我们”

的感情。”

像李女士这样的说法,在采访中不在少数。市民王先生认为:“超市的这种说法,如果让市民知道,那样不但伤害了市民的感情,而且这个超市的信誉度也会下降的。毕竟超市现在非常的生活化了,在生活中,我们一些用的生活用品,包括瓜果蔬菜等农副产品,越来越成习惯去超市购买,如果超市的产品得不到保证,客流会很快地

下降,到时候损失的不光是超市、供货商,更多的是消费者,因此超市的诚信很关键。”

也有一些消费者认为,某些小型供应商为了获得丰厚的利润,运用不正当手段去竞争,毕竟有受贿总有行贿,一个巴掌是拍不响的,超市和供货商应该都负起责任。在采访结束时,不少市民呼吁应该完善商业法规、社会监督、诚信体制,加强对企业的监督,才能避免其发生。

事件背景:家乐福受贿案

受该公司好处费2.5万余元。

刘勇接受审判时表示认罪。他说,收受好处费是因为“自己有选择权”,这是行业的“潜规则”,都要给的。作为一名肉科谈判员,公司给他一个价格和数量的范围,他在这个范围之内可以自行选择供货商。

有内部人士认为,此次受贿案之前,家乐福内部主要把精力放在销售额、毛利等指标上,对腐败问题重视不足,一旦被发现主要是内部调动或开除了事,几乎没有让警方介入调查。这就直接导致供货商不敢举报。向家乐福举报,受贿的工作人员虽被开除,但自己在家乐福的销路也被堵死了。

一周活动

NBA 海尔篮球学院 郑州训练营海选圆满结束

6月27日至30日,全市瞩目的NBA 海尔篮球学院训练营郑州站海选在省体育场火爆举行。经过4天的激烈角逐,60位篮球少年才俊最终脱颖而出,他们除获得由NBA 明星签名的NBA 专用篮球外,还将有幸近距离接触NBA 球星,并接受NBA 教练高素质的篮球训练。

据悉,“NBA 海尔篮球学院”是美国NBA 在中国唯一的NBA 专业篮球学院,由美国NBA 与海尔集团联合建设及运营,对15-18岁青少年进行专业篮球训练。NBA 海尔篮球学院训练营郑州站报名工作于今年5月启动,一个多月以来,该活动受到了我省广大青少年篮球爱好者的热烈追捧,累计共有300多名篮球少年报名参与海选。由于参与海选的人数众多,组织方不得不将原定2天的海选时间延长到4天。本次海选分6项篮球技能挑战赛和3对3对抗赛两大板块,全面考核海选者的篮球综合技能。

据活动组织方介绍,本次海选结束后,NBA 海尔篮球学院郑州训练营将于7月8日在郑州市47中正式开营,为期5天。为更好地推广NBA 篮球文化,提升郑州市篮球训练运动水平,活动将于7月8日特别安排NBA 教练组与我市篮球教练的交流互动;7月9日~7月11日,NBA 教练组将对进入训练营60名选手指导训练;7月12日,将举行NBA 海尔篮球训练营汇报比赛,最终选出城市冠军,届时会有大量媒体进行相关报道。

本次NBA 海尔篮球学院训练营的口号是“挑战NBA,明星就是我”,训练营期间主办方将邀请4名NBA 教练和2名NBA 球星亲临现场指导学员训练。NBA 教练将带入专业化的训练理念和篮球技战术意识,通过训练营的系统训练强化选手篮球基本技能、培养篮球团队意识,极大提高青少年选手的篮球水平。全国八个举办城市最终将分别选拔2-3名优秀选手进入全国总决赛,届时NBA 传奇巨星将亲临现场观看比赛,20名选手经过激烈的角逐,最终将会产生10名优秀选手飞抵美国观看NBA 中国赛,亲临NBA 中国赛“星期五之夜”。

李红卫

一周优惠

郑州百货大楼

活动时间:7月5日至13日

活动内容:李宁五至七折;安踏五至六折;匹克六折;花花公子七折;361°七折;乔丹六至八折;双星八折。本期竞猜题目:奥运会中国代表团旗手是谁,请将答案送至郑百一楼总服务台。

紫荆山百货

活动时间:7月4日至7月6日

活动内容:欧莱雅满399元送礼;羽西满288元送礼;周大生八点五折;杰克琼斯300元减60元;鳄鱼四至六折;班尼路39元起;阿迪部分七折;耐克部分五至八点五折;特步六折;茵宝部分二至七折;花花公子床品三至七折;巴布豆全场五至八折;米奇六折。

大商

活动时间:6月27日至7月6日

活动内容:商品五折起;购物满额五级赠;满800元即可参加该活动;重磅品牌满999元即可获赠100元礼券;明星品牌5至10倍积分;削减会员卡内3999分即可兑换50元活动礼券。

北京华联

活动时间:7月4日至10日

活动内容:百货服饰低至五折;欧莱雅满399元送礼;羽西满380元送礼;玉兰油满300元送礼;佰草集满388元送礼;ZA满180元送礼;美宝莲88元送礼;泊美108元送礼;梦妆满318元送礼。

百盛

活动时间:7月3日起

活动内容:满100减50元;当天满200元赠香皂盒OR牙刷架;满1500元赠赠染织浴巾OR真空吊带瓶;现金购满1000元赠上花轿拍照卡1张;衣恋五折;阿迪二至七折;ZOKE 五折。

晚报记者 谢宽 整理