

# 家乐福不到1年已关6家店

## 供货商集体“抵制”让其陷入形象危机

### 家乐福公关总监已经辞职

### 商务部出面规范解决进场费“钱”规则

中粮、康师傅、三九油脂的集体“抵制”让家乐福在中国市场上陷入形象危机,由此暴露的种种“钱”规则也引发了有关部门的关注。17日,商务部发言人姚坚表示,商务部正会同行业协会,着手起草制定零售购销合同规范,希望以此解决零售关系中的突出矛盾。

## 进场费“推高了物价”

零售企业征收高额进场费的做法一直饱受争议,并被指在一定程度上推高了物价。在前日商务部举行的例行新闻发布会上,姚坚表示,外商投资企业在华零售业的投资大约占年度外商投资企业金额的1%。家乐福反映出的进场费问题,不仅仅发生在外资企业,其背后实际上是中国制造业发达、服务业落后,供货商有求于大型零售商的现实。

进场费是商场和超市利用其优势地位,向供货商收取的一种费用。目前,各个超市向供货商收取的进场费有合同内和合同外两种。合同内收费主要为上架费、月返费、广告费、促销费、年节费、毛利补差等。合同外收费同样名目繁多,如条码费、端头费、促销活动中的条幅、花篮、灯箱、人员管理等费用。供应商们对于如同坐地收钱、雁过拔毛的进场费无不深恶痛绝,然而由于缺乏自有销售渠道,大型零售商吸引客流的销售能力让供应商们难以说“不”。

## 商务部牵头规范购销合同

与此同时,相关法规明细条款的缺失等因素也让进场费在商业领域长期存在。2004年10月,国税总局公布《国家税务总局关于商业企业向货物供应方收取的部分费用征收流转税问题的通知》。当时各界普遍认为,这表明政府承认了收取进场费的合法性,但并没有对合理性进行规范。2006年,商务部会同国家发改委、公安部、国家工商总局等部门出台了《关于零售商、供应商公平交易管理办法》和《零售商促销行为管理办法》规范零售行为,但零售双方因为进场费引发纠纷的案例仍屡见不鲜。

据姚坚介绍,最近,商务部将会同商业企业的行业协会,起草制定零售商、供货商商品购销合同的规范,希望通过规范化的合同,来解决零售关系中的突出矛盾。



## 家乐福公关总监辞职 不到1年时间已关6家店

曾经在外资超市中排名第一的家乐福近来在中国市场连连受挫。继去年起陆续关闭4家门店之后,近日再被爆料拟关闭长春、绍兴两家门店。从去年7月到现在不到一年的时间里,家乐福在中国的关店数目达到6家。而记者获悉,家乐福中国区公关总监陈波已于年后正式离职。

去年关闭的4家门店分别是大连新华绿洲店、西安小寨店、河南焦作店、佛山家天下店,与即将关闭的长春、绍兴两店一样,这些门店都被认为是处于亏损状态。这一猜测并非没有根据。去年底,浙江产权交易所发布了一则转让公告,浙江经投公司拟“打包”转让杭州家乐福和宁波家乐福15%和20%的股权。其中杭州家乐福至2009年12月31日亏损210.15万元,到去年9月30日,亏损翻倍,达到408.25万元。

让家乐福头疼的事不止这一件,与康师傅等供货商的矛盾、价签欺诈等问题也在去年底集中爆发。

有分析人士认为,关闭亏损门店或许是一种及时的策略,但不足以解决家乐福目前在中国市场更深层次的问题。日益加剧的零售关系使这一难题变得更加棘手。中国连锁经营协会副秘书长杨青松认为,解决零售矛盾的核心主要是两个方面,一是通过立法和协会进行管制;二是要建立战略合作伙伴关系,一个好的合作可以给双方节省很多成本。

锐评

## 如果不是家乐福呢?

在家乐福收进场费的事情上,国人可谓是高度发扬了“痛打落水狗”的优良传统,近期家乐福各种负面新闻都与进场费的事情挂上了钩,仿佛经历了这么多年,整个行业刚刚才突然明白:哦,原来零售业巨头都要收进场费的啊!

实际上,多年以来,收进场费早就不是什么行业秘密。远的不说,就在前两年,多家国内强势品牌连锁零售商要求厂商负担打折促销乃至促销人员的费用一事,还曾引发众多厂商的情绪反弹,不过最终也是不了了之,也没有引发所谓的“炮轰”。

显然,如果此事不是出在家乐福身上,或者家乐福的公关能力更强一点,结果恐怕不至于搞成这个样子。而更值得反思的倒是舆论,如果整个行业制度没有改变,就算把家乐福“轰”倒了又能怎么样呢?顶多是换个别的企业来接着收进场费而已。

刚刚过去的春节,一个做电器的朋友就对记者感慨,某零售连锁企业的经理要是早上打电话约他中午吃饭,他绝对不敢推到晚上,否则要是该连锁店让他的产品下架,他至少得关掉一条生产线,他能怎么办?

“零供关系问题的核心是中国制造业发达,服务业落后,供货商有求于大型零售商。”正如商务部前日的表态,更理性的做法,或许应该将目光聚焦到这里,而非渲染所谓的“零供仇恨”。

新闻链接

## 物美的“特约观察员”制度

2008年,物美集团设立了供应商“特约观察员”制度。选取一些中小供应商代表作为超市的特约观察员,他们有权进入商超的后台、仓库甚至办公室,并且可以直接与超市、总部的一把手进行沟通和对话,从而减少零供双方的摩擦和矛盾。

“这相当于建立了一个双方高层对话的机制,很多时候采购和业务经理层面出现的摩擦高层并不知情,而正是这些摩擦使得双方的矛盾加剧。”物美集团副总裁许少川表示。特约观察员可直接与门店店长、各部门负责人进行交流沟通,对于发现的问题,可第一时间将信息反馈给物美高层领导。

事件回放

## 康师傅断货 对抗家乐福

去年12月,有媒体爆出,由于家乐福拒绝康师傅部分品种从11月1日开始在全国进行10%的涨价,由原来的每包2元上调到2.2元,康师傅对家乐福全国门店采取了断货对抗。当时,康师傅发出《对于康师傅与家乐福纷争的说明》称“争议与产品调价无关”,矛头直指家乐福的货品进场费。中粮集团旗下福临门食用油、三九油脂等供应商也纷纷公开表示不满家乐福征收高额进场费,却一味压低供货价。

有商业流通行业人士透露,如果一家方便面企业想要在货架上出现包括各种口味和包装的10种产品,就要向超市缴纳几十万元的进场费。

据18日《北京晨报》B01版 刘映花