

全扫描

玩小资情调, 你得多掏两块钱

星巴克5年来首度涨价, 手工调制咖啡每杯涨2元 从去年年底以来, 洋快餐麦当劳、肯德基也相继涨价

星巴克1月31日始涨价, 网络星粉反应强烈

1月30日, 有新浪微博用户爆料: “星巴克中国地区明起部分产品涨价, 奶制品涨幅1元, 咖啡2元, 巧克力3元”。一石激起千层浪, 这个小小的消息立刻在网络世界引发震动, 几个小时就被转发上万次。

看到消息的网友们, 有的戏称: “讨厌! 刚过年就涨价, 向老百姓要压岁钱啊。”有的叫苦: “太讨厌了, 本来每次买时就已经很心疼银子了! 竟然还要涨价, 这让我们怎么活啊!”有人觉得涨价动机可疑: “星巴克的咖啡已经卖得挺贵了, 怎么还要涨?”也有人打算以后少喝, 还有人决定立马赶去星巴克, 趁没涨价多喝两杯。

核实: 星巴克在官方微博发出调价说明

真的涨价了吗? 昨日, 记者首先打开星巴克官网, 并没有发现任何信息。随后, 记者联系了星巴克大中华区公关部经理励静, 在接受本报查询时励静表示, 星巴克于1月31日起上调部分产品价格, 范围涉及包括郑州在内的内地全部门店, 并已经在官方微博发表说明。

随后记者在星巴克官方微博上看到, 星巴克中国于1月31日0时发出此次价格调整说明, 设计调价的产品有: 浓缩咖啡饮料和新鲜调制咖啡饮料上调2元, 单点牛奶或豆奶上涨1元, 经典巧克力(热/冷)上调3元, 其他商品仍将维持原价。调价品种主要是手工调制咖啡饮料(如拿铁、摩卡、卡布奇诺, 也即俗称的咖啡类产品)。

励静说, 星巴克上一次在华调整咖啡类产品已经是2007年4月的事了。这次调价主要出于营业成本增加的考虑, 当中包括了原料、人力、物流、租金等。

涨价第一天郑州大多消费者没有发现价位变化

此次涨价是否会影响星巴克在郑州的市场?

昨日11时许, 记者来到位于星巴克郑州万达店。店内只有三四桌消费者, 两三位店员, “如此人烟稀少, 难道是受涨价影响?”再看价目表, 原来中杯的卡布奇诺、拿铁标价为28元, 现在已变成30元。

“涨价了?”记者询问工作人员。工作人员悄悄地向记者点头说: “是的。”

“都什么涨了?”

“饮品基本都涨了。”

“都涨了多少?”

“调制品涨了2元, 巧克力涨了3元, 个别茶涨了1元。”

当记者询问是否因为涨价客人才这么少时, 工作人员表示: “开门到现在, 许多客人都没发现涨价, 只有个别客人询问。”

记者随机采访了逛街的市民。“看微博上说要涨价, 本来就贵了, 现在更贵了, 不过对于喜欢喝这些东西的人来说, 涨个三两块不算啥, 对于不喜欢喝的人来说也不算啥。”市民陈女士说。而市民辛女士听说后感叹: “幸亏我昨天去品尝过了, 我就是尝个新鲜。”

1月30日, 有关美国连锁咖啡商星巴克即将要涨价的消息在互联网上风传。就在大家还在揣测时, 昨日0时, 星巴克中国通过官方微博发布公告, 确认近5年来首度涨价, 涨价原因为运营成本增加。昨日白天, 郑州的星巴克店已经换上新的价目表, 喜欢星巴克的小资们一边抱怨, 一边接受了这一事实, 更多的小资们似乎没有感觉到这一“悄悄地”变化。

此前, 洋品牌餐饮已经刮起涨价风, 麦当劳对部分产品调高价格, 调整幅度为0.5元至2元, 肯德基则在去年10月底进行过一次全国各大餐厅涨价。

记者 李丽君

“麦咖啡”也在调价

调价的不止星巴克, 另一家经营鲜煮咖啡的连锁餐饮巨头麦当劳也在1月12日对包括“麦咖啡”在内的产品进行调价。“麦咖啡”一直以来都被业内视为挑战星巴克咖啡业务的一大对手。

据了解, 星巴克国际高层早前对分析师透露, 在截至1月1日的2012财年第一季度, 公司在内地新开门店48家, 旗下超过500家门店已渗透入41个城市。在中国和亚太地区, 星巴克当季营业收入增加26%到5.8亿美元, 能反映出成本压力的指标营业毛利率是34.6%, 下滑3.5%, 而下降主要由咖啡成本上升引起, 哥伦比亚咖啡豆去年上涨约50%。星巴克早于1月3日在包括纽约在内的美国大城市上调价格, 各类产品的价格平均升1%。

按照规划, 星巴克拟在2012财年内于中国亚太地区新开约300家门店, 当中一半的新店打算开在内地。而已经在内地拥有1400多家门店的麦当劳, 正计划在2012年开设225~250家新餐厅。

洋快餐轮番上演涨价风

继洋快餐巨头肯德基在去年10月底刚刚进行过一次全国各大餐厅涨价后, 从去年11月1日起, 冰淇淋巨头 Dairy Queen 冰雪皇后也开始实施涨价, 部分单品涨价1元到2元, 属于全国统一调价。

而新年伊始, 洋快餐巨头麦当劳又开始新一轮的悄然涨价, 其在全国范围内的餐厅已经上调了部分食品价格, 调整幅度为0.5元至2元。

近一两年来, 麦当劳、肯德基等洋快餐频繁调价。从2010年至今, 麦当劳至少已经经过5次调价, 比较近的几次分别为2010年7月份对部分产品进行价格微调, 2010年11月再度对大部分食品调价。1月初因租金、原料成本增加, 麦当劳在香港地区涨价, 平均上涨2.3%。两周不到, 此番调价潮便蔓延至郑州。

对于此次涨价的原因, 麦当劳称, 是因为食品及其他结构性成本的持续增长。调价后, 原价15元起的超值午餐、原价6元起的超值早餐和原价7元起的麦乐茶点仍将继续销售。

麦当劳的“老对手”肯德基中国区相关负责人昨日表示, 近期肯德基没有调价计划。

记者注意到, 近期频繁调价的连锁餐厅尽管都声称营业成本上涨, 不过其在华业务都呈现迅猛发展的态势。一位资深西式连锁餐饮人士在接受某媒体采访时重申, 这主要反映出了这些跨国巨头对中国利润指标的重视, 他说: “门店摊子铺开了就不像我们这些还在拓展期的品牌, 我们几年都没有涨价了。”

涨



攻略: 自己带个大杯子去买咖啡, 一律减2元

听到星巴克涨价的消息, 也有一些达人分享了涨价后的消费攻略: “涨价以后, 记得自己带个大杯子去买咖啡, 一律减2元, 相当于维持原价。”

对于这一攻略, 昨日记者也向工作人员进行了证实。“星巴克确实有这个规定, 只要消费者自己带杯子一律减2元, 这是为了提倡环保。”工作人员说。

节后洗车难, 大多还没开业, 价格比平常涨50%

□记者 刘菁荔

虽然春节长假已结束两天, 郑州街头很多洗车店却都没营业, 营业的洗车行洗车价格也是比平常涨了50%, 业内人士称, 洗车价格回落需过了正月十五。

洗车难, 洗车价格上涨50%

“春节从老家回来后, 车脏得实在是不像样了, 从北环过了五六个路口, 大部分洗车店都没有开门, 最后在江山路上总算找到一个洗车店, 价格比平时涨了50%, 没办法还得洗呀。”昨日上午, 刘女士四处找洗车店, 最后掏了30元洗了一次车。

遇到同样情况的还有在郑州工作的王先生, 他告诉记者, 节后洗车虽然比春节期间容易些, 但价格还是太贵了, “平常洗车20元, 现在洗一次车最少得30元”。不得已, 王先生只好回家自己端盆水洗车了。

此后, 记者走访了市内10家洗车行, 开业的只有5家, 且洗车价格比平时都有所上涨, 涨幅均在50%。

节后人手短缺, 成本增高坐地涨价

走访中记者了解到, 由于节后洗车店都存在供不应求、人手短缺、成本增高等因素, 所以出现了坐地涨价。

“没有办法呀, 这几天工人都回老家过年了, 人手少, 就是上班的工人工资也是翻番, 所以不得不涨, 要不然顾不住。”伊河路一家洗车行店长告诉记者。而在桐柏路一家洗车行, 一位何姓店长也告诉记者, 节后这两天人手太短缺了, 来上班的工人也都是自己家亲戚, 其他的员工他们开3倍工资人家也不愿来。

采访中, 多数洗车行老总告诉记者, 洗车价格回落有望在正月十五后。此外, 由于今年成本增高, 他们也将从2月1日起调整洗车价格, 原来一般洗小车的价格是每次20元, 但2月1日后上涨到了每次25元, 如办卡均有优惠。

数字

4311万美元

昨日, 记者从河南出入境检验检疫局了解到, 2011年, 河南省经河南出入境检验检疫局检验出口各类玩具1026批, 货物总值4311万美元, 同期相比分别增长42%和52%。据悉, 河南出口玩具为塑胶玩具、电子玩具、毛绒玩具、童车及荧光棒类玩具产品, 主要出口到美国、日本等近30个国家和地区。 记者 徐刚领

短讯

2012年我省质量信用A等企业要达到400家

本报讯 昨日, 全省质监工作会议在黄河迎宾馆召开, 去年全省12365指挥中心受理举报投诉911起。今年, 省质监局将争取培育河南省名牌产品200个, 全省质量信用A等企业要达到400家。

据河南省质量技术监督局局长张庆义介绍, 2011年, 许继电气等4家企业获得“全国质量工作先进单位”。深入实施品牌带动战略, 培育河南省名牌产品288个, 总数达到601个。

张庆义说, 2011年, 省质监局在食品安全监管上, 核发食品企业生产许可证3480张, 不予许可75家, 依法注销2718张; 组织了36次专项督察, 全省共监督抽查食品企业2.44万批次样品, 合格率为93.9%; 对1489家不合格产品生产企业进行了整改后处理; 完成了32家乳制品企业重新审核督察工作, 依法注销了7家不符合重新审核发证条件的企业。

2012年, 省质监局争取再培育省长质量奖10个, 市长质量奖70个, 县(市、区)长质量奖160个; 争取培育河南省名牌产品200个, 培育卓越绩效示范企业50个。新增一批国家地理标志产品, 保持全国先进位次。2012年, 全省质量信用A等企业要达到400家。 记者 李丽君