

五粮液取消返利倒逼终端提价

主流产品“普五”提价或会拖慢销售回暖

2013年借对经销商实行10%~15%的返利补贴,五粮液将主力产品52度普五的出厂价逆势上调至729元/瓶。然而昨日记者从五粮液在成都春糖会召开的针对经销商的营销会议现场获悉,其今年已取消返利政策。

这是五粮液整治价格体系的一步棋。虽然有着美好的愿望,但鉴于目前五粮液的价格才刚企稳,社会库存才刚消化完毕,有行业人士担心此举迫使经销商提高出厂价将压力传导到终端,可能因此拖慢五粮液销售回暖的步伐。

价格是五粮液的一根刺

此政策要追溯到一年前。去年2月五粮液将普五的出厂价逆势从659元上升至729元。为刺激经销商的积极性,3月五粮液宣布对经销商给予打款额的10%~15%作为市场费用支持。这笔费用被经销商理解为返点补贴。

“生意人擅长算投入产出,但千万别把厂家对市场的投入折算在各位的产品成本上。”五粮液总经理助理、市场部部长陈冲在会议上的这句话颇值得玩味。实际上有这笔费用“垫底”,经销商在市场不景气时有了更多低价出货的底气。白酒营销专家晋育峰告诉记者,目前五粮

液的批发价稳定在580元左右,而有经销商告诉记者普五的市场零售价在680元上下,批发价和出厂价倒挂。

价格是五粮液的一根刺。五粮液副总经理朱中玉认为,价格是厂商遵守市场规则经营出来的,不是靠厂家补贴出来的。价格有序是综合治理工程,没有系统全面的改进,只做表面功夫,价格问题永远是个问题。陈冲甚至指出,某种意义上价格管理是52度普五营销工作的全部。

而五粮液价格的企稳和库存的消化正好让其取消年底返利有了动力。陈冲指出,2013年五粮液提出“控量保价、量价

经销商观点

“52度普五的终端零售价格在680元左右,出厂价是729元,即使按730元的价格平批,终端零售价起码要提到800元。”

平衡”后,市场已呈现良性势头。“春节期间五粮液实际销售达历史最高点,社会库存持续走低,很多商家的库存早已降至合理库存线以下。低价出货的冲

动得到隐去。价格虽依然偏低,但无因春节旺季结束再次惯性下降,已基本稳定。”陈冲指出。

意在要求经销商提升批发价

不过对于此次取消返利,有券商分析师对记者表示,这是五粮液市场调节的手段,但有点着急,如等价格上涨后再推行,要稳妥一些。

“没有补贴,经销商进货价和批发价倒挂更严重,怎么活?”晋育峰认为,五粮液此举意在要求经销商提升批发价。

然而不少经销商对此举措看空。“没谈到具体东西,对经销商关心的利润问题也无提及。”一位与会经销商表示。而

五粮液华南地区的经销商陈晓刚(化名)认为,如消费者能接受五粮液终端提价100多元,那么他对取消返利无意见。“52度普五的终端零售价格在680元左右,出厂价是729元,即使按730元的价格平批,终端零售价起码要提到800元。”陈晓刚认为,现在还难以估算该政策执行是否会有隐性影响,但有可能影响经销商拿货的积极性及市场销售。至于该政策是否已执行,其表示3月仍有每瓶70元的补贴。

在昨日的会议上,五粮液副总经理朱中玉坦承五粮液要直面问题。其指出五粮液营销团队和经销商团队都要转型升级。南都供稿

不足500万元罚款

如新成功保牌股价反弹

商务部昨日称已约谈如新高管

直销和传销边界界定待明细

中国对美国五大直销商如新的调查结论在周一作出,由于后者未被禁止销售活动,且相关部门未对如新开出天价罚单,调查结果令如新的股价在周一录得近8个月来的最大涨幅。

如新“保牌”成功

据国家工商总局周一认定,如新公司在经营活动中存在超产品范围从事直销、夸大产品功效宣传等违法违规行为,其个别销售人员存在擅自直销、欺骗及误导宣传等违法违规行为。

该局新闻发言人称,工商总局已依法对如新公司及相关当事人的违法违规行为作出处理。记者统计,上海市工商局和北京市工商局共没收如新公司违法销售收入448.2万元,处以罚款38万元。

其中,上海市工商局行政约谈如新公司,督促其落实整改要求。北京市工商局责成如新公司北京分公司对有关“工作室”进行全面清查、整顿和规范,关

闭涉嫌违法违规的“工作室”。

不过,由于此次工商总局未认定如新公司“传销”问题,仅作出不足500万元的罚款,且直销范围并未因此受到缩减,这一低于市场预期的“惩罚”措施,令如新在美国的股价出现反弹势头,周一当日即大涨18.21%。

“如新等待了数月,来弄清政府将对其施加怎样的惩罚。在那段时间如新的股价确实受到了影响,人们担心如新要面临天价罚金,或是中国将禁止其销售活动。但是我认为鉴于如新的财务状况,中方此次的罚款并不多。”中国市场研究集团的分析师卡文德如是对外分析。

直销业加强监管将是大势所趋

商务部外资公司负责人昨日表示,商务部约谈了如新公司的高层管理人员,要求如新公司积极配合调查,同时认真开展企业自查。这位负责人还表示,下一步,商务部将会同有关部门完善直销法规和监管措施,严格直销市场准入管理,同时加强对直销企业的引导规范,促进行业自律。

如新公司媒体负责人昨日则向记者表示,公司已经收到相关部门的通知,公司将立即遵照意见进行积极落实和改进,并不断加强对销售人员的行为教育

及规范。对于如何招募新会员,以及新相关制度的建设,公司也将依据主管部门的具体整改要求作相应安排。

商务部研究院消费经济研究部副主任赵萍则向记者坦言,《直销管理条例》是直销行业在国内存在运营的法规依据。在国内,直销和非法传销有时被混淆,有些人员打着直销的幌子做传销,也影响了直销在国内的声誉。直销和传销两者的主要区别在于销售人员的收入是从商品销售获得,还是从发展销售队伍获得。南都供稿



“麦咖啡”来了

这是要走向“慢生活”的乐享节奏

坐在舒适优雅的皮沙发上,喝一杯香浓的咖啡,再搭配一款精致的点心,享受一段忙里偷闲的时光……这样的体验不用去别处,在麦当劳就能实现。

4月6日,河南首家“麦咖啡”将在麦当劳紫荆山餐厅正式开业。而接下来的一年中,郑州还会有数家麦当劳餐厅形象升级并引入麦咖啡。这不仅意味着咖啡文化将延伸至快餐业,更意味着真正“用心倾注”的麦咖啡将引领我们走向“慢生活”的乐享节奏。郑州晚报记者 王一品

用心服务订制惬意享受

麦咖啡如何在众多国际连锁咖啡品牌中脱颖而出?除了高质量的咖啡豆,还有烹调技术保障——专业咖啡师(Barista)。

Barista一词源自意大利文,泛指拥有丰富经验的意大利浓缩咖啡调制师。这是一份具有高度专业性的工作。而经过专业训练的“麦记咖啡师”,不只技巧纯熟,更拥有自己的

态度与创意。

目前,麦咖啡已拥有3300名Barista,每天至少服务47000多位顾客。麦咖啡的Barista会主动与顾客互动,并以热诚开朗的心态赋予每一杯咖啡不同的灵魂与个性。

优秀的Barista即便面对涌入的大批客人,也能从容地恪守高品质的服务准则,满足每一位顾客的口味需求。因为,

“用心”就是他们的秘密。这不仅体现在对品质的精准要求与严谨的制作过程,还兼具带有个人特色的创意灵感与丰富激情,体贴细心的互动与敏锐的观察力。

如果您是咖啡达人,在麦咖啡全国各门店都可以找到专属咖啡师,并在那为您私人定制的浪漫拉花中体会到咖啡师的专注用心。

轻松体验,打造乐享生活

身为咖啡市场上第一个主推专业Barista的品牌,“麦记咖啡师”是具有使命感的。在麦咖啡摩登时尚的咖啡空间里,当Barista用心专注地调制一杯杯具有质感与美感的咖啡作品时,咖啡已经从普通的饮料升华为一种都市时尚的生活风格。

自2010年进入中国市场至

2013年末,McCafé已经把这缕温暖的咖啡香味带入全国661家麦当劳门店,并且以用心的方式去融入更多咖啡爱好者的生活。

McCafé是麦当劳为满足消费者的多元化城市生活方式而推出的产品和服务,旨在提供更贴合年轻一代生活方式和

用餐需求的差异化服务,体现了麦当劳对顾客群体的进一步细分。

严选的高品质阿拉比卡咖啡豆,专业有型的Barista为你定制的拉花,轻松惬意的环境——每天,您更有理由让自己享受一杯好咖啡,这是爱自己最轻松也最奢华的方式。