

保护消费者利益行动持续发酵 国酒茅台雷霆手段出击 丰富组合拳确保茅台酒价格稳定



■ 本报记者 樊瑛 张建忠 / 组稿

自 3 月份以来,茅台酒价格出现涨势较快苗头,个别经销商囤货、惜售,不良商家和部分投机者借机炒作,部分地区普通茅台酒价格突破 1300 元。迅速上涨的茅台酒价格受到社会各界关注。

为此,茅台集团多次向社会表达态度和决心:坚持稳定茅台酒出厂价不上调;将市场治理和价格管控上升到讲政治高度,坚决把市场终端价格稳定在合理区间,维护广大消费者利益。

确保价格稳定,市场有序 维护茅台品牌形象

去年底,茅台集团董事长袁仁国,党委书记、总经理李保芳对今年的市场形势和价格走势已有预判,当时就多次重申和强调:要兼顾企业、经销商、消费者三方利益平衡;将价格保持在合理区间,这是企业的责任、企业的形象、企业的良心。近期在相关会议上,袁仁国和李保芳更是多次明确观点和态度,公开发布相关要求和指示。

袁仁国、李保芳态度非常坚决,明确指出:对茅台酒过快上涨的问题,茅台不能坐视不管;不管就是不负责任,是对国家、对企业、对大多数经销商和消费者不负责任。必须在以往工作基础上采取更加强有力的措施控价,强化执行力。要尊重经济发展的规律,遵守国家的政策法规,远离市场乱象,诚实、诚信做市场。唯利是图的事不能干,谁制造市场乱象,就砸谁的饭碗。要讲政治,国家不希望茅台酒价格暴涨,老百姓不希望茅台酒超出购买能力而喝不起;讲政治就是不能做国家不希望、老百姓不希望的事。茅台是民族品牌、国家名片,理应在讲政治的问题上带好头,做表率。

4 月 21 日,茅台集团专门召开专题会,将“管控茅台酒价格”列为公司“重大事件”,袁仁国、李保芳再次强调和要求:价格必须得稳住、管好,这是茅台持续稳定,健康发展的关键;茅台说到做到,不放空话,之前形成措施必须落实;价格的问题,不是简单的经济问题,而是政治问题;茅台诚实做市场,谁制造市场乱象就砸谁的饭碗;经销商必须要令行禁止,谁“不听招呼”一定会严格按照规定严厉处罚;对恶意抬价行为绝不迁就,在控价问题上绝不袒护;主动作为不是行政干预,放任自流不代表尊重市场;要从可持续发展的高度来认识价格的重要性和必要性,要以严肃问责的态度对待价格问题。

茅台是我国具有自主知识产权的民族品牌,目前已成为世界上烈酒总市值第一、当今单品销量第一的品牌。从中央领导到全国人民都很关注茅台。国家不希望一个商品由于它出现了短缺,价格就可以暴涨,就让个别的人从中谋取暴利;老百姓不希望茅台酒超出他们承受能力范围。

“要确保价格稳定,市场有序,维护茅台品牌形象,保护消费者利益”!

铁腕抑价、重典治乱 下达控价“死命令”

“茅台酒的价格问题,不仅是经济问题,更是政治问题,所以,绝不允许茅台酒价格无序过快上涨,在尊重市场规律的同时,也要采

取果断措施管控市场价格。”4 月 5 日,茅台酒股份公司副总经理、销售公司董事长王崇琳作工作安排时表示,当前要做到“三个坚持”,继续保持“三个坚定”:

坚持市场对资源配置的决定性作用;坚持做到厂家、经销商、消费者三方利益平衡;坚持信息公开与适时的市场调控,要遵循市场规律,加强正面引导,实现三方共赢。

必须坚定不移地稳定茅台酒市场价格,坚决防止市场价格过快上涨,必须坚定茅台酒商品属性的回归,让消费者买得起茅台酒、喝得起茅台酒、喜欢茅台酒,必须坚定地从战略和品牌的高度去处理市场问题。

4 月 14 日茅台市场工作会议明确要求,当前的市场工作,一方面主要是围绕统筹、平衡厂家、经销商、消费者三方利益,坚持给足经销商修养生息的空间,稳住了老百姓和消费者能喝、敢喝的合理价格区间,确保茅台酒市场发展的稳定、健康、可持续,茅台不会提高出厂价。另一方面,绝不允许经销商追逐暴利,恶意哄抬价格,对不守规矩、让老百姓不满意、消费者不高兴的经销商,茅台将进行严厉的处理,予以坚决打击。

打出“组合拳” 多管齐下

针对茅台酒价格过快上涨,为强化市场管控,茅台公司坚持“谁管理、谁负责(省区),谁供货、谁负责”(经销商)的“两原则”;采取“强制措施与市场措施相结合、短期措施与长期措施相结合、紧急措施与常态化管理相结合”的“三结合”的方法,将保持常态化的高压态势,以坚决的态度、严厉的措施、果断的

处理,兑现对市场和消费者的承诺。当前,多管齐下、全面联动,厂商共打“组合拳”,茅台努力稳定市场价格行动正在进行——

4 月 14 日茅台工作会后,全国内地所有省区先后召开经销商联谊会,各省区经销商积极响应控价政策,根据各自市场实际情况,采取了一系列“稳价”措施,坚决制止价格过快上涨,坚决制止经销商借售哄抬价格,谋取暴利:

一是成立市场检查小组,着力市场巡查。
二是明确责任,强化监督。贵州、江西、湖南、天津等省区经销商还签订了《关于稳定茅台酒销售价格的承诺书》。

三是明码标价,开展自查自纠。各省区组织经销商开展茅台酒价格自查自纠工作,对茅台酒经销商、专卖店销售的 53 度飞天茅台酒统一标价为 1199 元,对鸡年生肖茅台酒统一标价为 1399 元,并严格按标牌价销售。广东省区还要求茅台酒经销商对周边 3 公里范围内销售的高价茅台酒进行清理和清查。

四是规范经营,确保供货有序。
五是发挥自营店价格标杆作用。各省自营公司严格按照公司要求价格进行销售,多数省区为规避“黄牛党”哄抬价格,一方面对整箱茅台酒进行分拆后销售,防止二次倒卖,另一方面,自营公司实行限售和限购。

六是强化价格监控,及时处置异常价格。与此同时,茅台酒销售公司形成“强化监督手段、严肃追究责任”的工作机制和保障措施:

- 1、销售公司组织相关职能部门阶段交叉巡查市场,以暗查、暗访方式重点检查市场价格及经销商囤货、惜售等情况。
- 2、对未达到要求的经销商严肃处理,所在地省区经理就地免职。
- 3、成立专项工作小组,协调经销商向主流商超及电商供货事宜,要求商超及电商销售价格不得超过 1299 元/瓶,并保证每日都有产品销售。
- 4、销售公司组织人员回购不符合价格要求的电商渠道产品。

除上述外,茅台酒销售公司还采取了“努力加大市场投放量、加大商超与电商供应的倾斜支持、充分发挥自营公司零售价格标杆作用、科学调剂品种生产、合理调剂渠道投放、严格管控厂内零售/自提业务”等多种举措,千方百计保障茅台酒的市场供应量,消除市场乱象。

哄抬无机可趁,囤货得以治理 稳定价格初见成效

通过果断治理和厂商同心、有力控价以及丰富的“组合拳”,截至发稿当天,茅台酒经销网络、各大 KA 卖场、电商平台,53 度普通茅台酒价格已全面回落和稳定在每瓶 1299 元以下,回到了每瓶不超过 1300 元的警戒红线内,货源基本满足市场需求,达到了“哄抬炒作无机可趁,囤货惜售得以治理,稳定价格初见成效”的良好局面。



中国重汽与美国艾里逊 签署战略合作

■ 本报记者 赵健

在第 17 届上海国际车展召开的同时,作为国内重卡行业的翘楚——中国重汽集团与美国艾里逊变速箱公司在国家会展中心(上海)签署战略合作谅解备忘录,开启全面战略合作新阶段。

根据战略合作谅解备忘录,双方将在建立全面而紧密的战略合作关系方面进行深入探讨和研究,包括技术合作、采购供应、面向中国和全球市场的产品联合开发,以及在中国济南进行产品本地化生产合作等。

对于此次开启的崭新合作关系,双方都信心十足。中国重汽董事长马纯济在签约仪式上致辞说:“随着中国卡车用户使用需求的不断升级,对于自动变速箱的需求呈现放大趋势,特别是在工程类车辆、市政类车辆、消防类车辆以及例如码头车、矿用车等特殊作业类车辆等领域,市场潜力巨大,只有深耕中国市场,更好地为中国消费者提供全面满足使用需求的卡车产品及更加优化的车辆传动技术,是我们和艾里逊公司的共同愿望,双方也将为此而共同努力。”

据马纯济介绍,强强联合之后,双方将发挥各自优势,共享信息和资源,同时,将重点探讨在中国境内就艾里逊自动变速箱产品进行本地化生产合作的可能性。作为中国本土整车制造企业,中国重汽也将在用户需求、市场分析、成本分析以及项目审批等各个方面向艾里逊公司提供全面支持,以尽早实现通过双方的合作向中国用户提供价格、性能和质量均能够满足中国市场需求的自动变速箱产品的目标。

艾里逊董事长 Lawrence E. Dewe 坦言,坚实的合作关系带来的商机,以及双方强强联合在中国乃至全球市场进一步大显身手是双方共同的愿景。他深信双方的合作将为客户的车辆带来最佳技术,最卓越的可靠性和耐用性,以及最优化的燃油效率。

对艾里逊而言,其在中国市场的发展目标清晰,即巩固其在商用自动变速箱领域的行业领先地位。凭借其可靠性和耐用性,艾里逊变速箱产品在全球享誉盛名,受众多用户青睐,尤其在最恶劣工况环境下的应用,优势突显。

中国重汽是中国目前最大的重型卡车生产基地和出口基地,中国重汽坚持高水平的对外合作,坚持自主发展,实现合作共赢,与世界多家知名商用车企业和零部件企业均建立了长期、紧密的合作关系。在“国际化、技术领先、高质量低成本、区域化”四大战略全面实施下,中国重汽始终坚持“引进来”和“走出去”有序结合,在技术研发、生产制造、质量控制和市场开发等方面取得了独特的竞争优势,不仅引领着我国重卡技术潮流和发展方向,更在国际市场上树立起中国民族重卡的旗帜。

随着全面战略合作关系的启动,双方相信全新的合作能够成为世界商用车界整车企业和总成零部件企业合作的成功典范,为中国以及全球商用车行业的发展做出积极的贡献。

苹果“搞事情”? 自主研发芯片伤了谁

■ 杨博

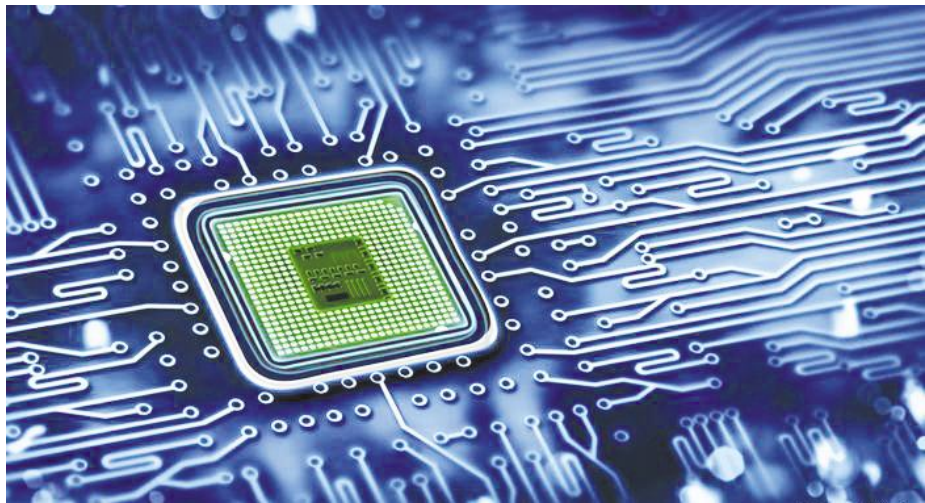
在苹果供应商体系中占据最重要一环的芯片商们眼下正面临生死抉择。越来越多的信号表明,苹果将通过自主研发和生产芯片,进一步掌握产业链主导权。日前已有两家公司因为可能遭苹果弃用而股价暴跌,而苹果与主要供应商高通之间关于芯片专利权费用的诉讼战愈演愈烈,以及苹果有意竞购东芝旗下芯片业务等一系列事件,愈加凸显苹果大刀阔斧改变对供应商依赖的雄心。

两供应商股价遭血洗

本月初,两家苹果供应商股价相继暴跌引发关注。一家是英国芯片商 Imagination 技术集团,该公司是苹果的长期合作伙伴,其图形处理器(GPU)技术在苹果 iPhone、iPad、iPod 乃至 Apple Watch 中都有广泛应用。但就在本月初,苹果宣布将在未来 15 个月至两年内停止使用 Imagination 的相关专利技术,同时表示一直致力于打造自有的图形处理技术,以更好地控制产品。

资料显示,苹果对 Imagination 的营收贡献率接近一半,是其最大的单一客户。上述消息公布后,Imagination 在伦敦上市交易的股价一日之内暴跌近 70%。由于不相信苹果能在不侵犯专利和知识产权的情况下转向完全的自研技术,Imagination 甚至表示未来可能要和苹果打专利官司。

无独有偶,一周后有投行分析师发布报告称,有“强有力的证据”显示,苹果正在研发自



有的电源管理集成电路(PMIC),最快在 2019 年可能会弃用德国芯片商 Dialog 半导体的电池节能芯片。还有消息人士称,苹果正在“挖角”Dialog 的顶级工程师。

受此消息影响,Dialog 半导体在德国法兰克福上市交易的股价一日之内下跌了 25%,创下近 17 年来最大单日跌幅。该公司主要为智能手机、平板电脑和其他便携式设备提供优化的混合信号集成电路,此前一直是苹果电源管理解决方案的供应商。资料显示,2016 年 Dialog 半导体营收有 74%来自苹果。

供应链面临洗牌

随着苹果可能逐步停止使用某些外部供应商芯片的消息持续发酵,为苹果 Mac 产品提

供显卡的 AMD 和英伟达,以及苹果产品音频芯片供应商 Cirrus Logic 的股价纷纷走低。此前受益于 iPhone 等产品持续增长的销售收入和丰厚的利润,苹果的主要供应商都赚得盆钵满,苹果成为许多供应商的最主要的收入来源。而眼下苹果开始寻求摆脱对这些供应商的依赖,很难不让投资者对一些供应链企业的前景感到担忧。

太平洋皇冠证券半导体业分析师约翰·维恩在一份研究报告中预计,接下来会受到冲击的供应商可能是以下五家厂商之一:博通、思佳讯、Qorvo 三家无线芯片商的危险指数是“低”,音频芯片提供商 Cirrus Logic 的危险指数是“低至中”,触控 IC 和模组提供商新思科技(Synopsys)的危险指数则是“中至高”。

维恩表示,通过使用并优化自有的解决方案,苹果能够对内部图形引擎的性能和能耗进行优化,同时还能够进一步降低对三星 OLED 的依赖。目前能够大量提供高质量 OLED 面板的只有三星一家,但苹果希望未来逐步削弱三星的影响。

在抛弃一些小型供应商的同时,苹果还不惜与主要供应商“撕破脸”,这愈加凸显出其自主研发芯片的决心。今年 1 月,苹果在美国加州南区联邦地方法院向全球最大的芯片商之一高通公司发起诉讼,指责后者垄断无线芯片市场,对其芯片过度收费,并拒绝支付约 10 亿美元的承诺折扣。

高通日前也正式向法院提交了答辩状,并就移动技术专利费向苹果发起反诉。高通指责苹果未能与其进行诚信谈判,以获得按照公平、合理和非歧视的条件使用高通 3G 和 4G 标准必要专利的许可,还指出苹果故意限制高通芯片,并要求苹果支付损害赔偿。双方在专利和芯片领域的矛盾激化持续升级,而在上个财年,高通超过 40%的收入来自苹果和三星两家公司。

眼下有传闻称,苹果已自主研发 4G 基带芯片,2018 年 iPhone 就会采用这种 4G 基带技术,从而彻底放弃高通的基带芯片。

分析人士指出,苹果和高通专利战的升级,凸显了智能手机产业链的洗牌趋势。对手机厂商而言,芯片商索要的专利授权费无疑是一项“额外”的负担,毕竟前者已经购买了芯片,如今又要为底层技术买单,何况其中许多技术是它们可能用不到的。

自研芯片箭在弦上

苹果频繁向供应商施压,或许正源于其对自研芯片应用前景抱有信心。统计显示,在 2007 至 2016 这十年期间,苹果的研发投入一直在快速增长,而据苹果首席财务官卢卡·马斯特里称,除了维持服务和渐渐拓宽的业务外,苹果每年数以十亿计的资金投入,大部分都花在研发各种诸如芯片、传感器的基础技术上。

最新消息称,苹果有意竞购日本半导体大厂东芝旗下的半导体业务子公司股权。东芝是目前全球第二大闪存芯片制造商,其芯片业务已经从传统的硬盘转型到智能手机、PC 和数据中心等。据悉,除了原有的鸿海集团、西部数据、韩国 SK 海力士、美光科技等公司外,苹果和微软等巨头也都出现在最新的竞标者名单中。

对苹果来说,如果能够在 iPhone 和 iPad 等产品中更多地使用自研芯片,将带来更多好处。理论上讲,自研芯片可以降低产品成本,保证产品质量,提升对芯片供应商的议价权,从而提升盈利能力。去年,苹果 iPhone 出货量出现上市以来首次销售下滑,苹果表示必须更专注于提升利润率,以保证业绩增长。

不止如此。自研芯片能够让苹果将尽可能多的技术和生产流程掌握在自己的手里,从而实现对供应链的完全控制,让更多的创新技术变得难以复制。过去十年,苹果的高速发展给主要供应商带来巨大收益,这些收益在推动供应链升级技术的同时,也让苹果的竞争对手们受益匪浅,毕竟这些供应商并不只为苹果一个客户服务。