

策划词 | CEHUACI

兰蔻 50 克日霜进口价仅 23

元。又一种高档商品的质量和进价暴露在我们的视线之内。在进口中高档商品税负降还是不降的争论中,一个重要的考量在于通过降进口环节税实现降价,解决境内外同一品牌价差过大的问题。那么,境内外价差形成的主要原因仅仅是税负吗?数据不仅仅告诉了我们真相,事件暴露的问题还很多。

□ 本组稿件采写 杜海涛 尹世昌



评论 | PINGLUN

### 洋品牌内地价高怪谁?

□ 罗彦

透过价格表象,我们不难发现一个可怕的事实——许多外国品牌在中国内地卖价高,是因为他们在中国的定价策略,而税负高根本不是导致高价的主要问题。同类货品在香港定价低一半,与港人选择多,并不盲目追捧洋品牌,导致商家定价策略适中也不无关系。

类似的例子还有很多,像 LEVIS(李维斯)牛仔裤,在美国 20 美元一条,也就是个超市货,可在中国内地,却进入各大商场卖 500 元左右,成了时尚白领喜爱的品牌。

更有甚者,像卡尔丹顿本是深圳品牌,冒充意大利进口品牌,一件 T 恤就敢卖到 1680 元。我们应该反思,是什么让这些品牌敢于在中国采取高昂的定价策略?

商业销售的逻辑有两种,一种是降价带来销量,一种是定高价抬高身价带来销量。高定价策略,恰恰迎合了改革开放 30 多年来逐渐富裕起来的一部分中国人“显摆身份”的需要。不少中国人“只买贵的,不买对的”、“外国的月亮比中国圆”的畸形心态,促使洋品牌在内地打起了高价牌,促使中国品牌也要沾点“洋”气。

而且,正是抓住部分中国人喜欢炫耀、攀比的心理,在中国推出比其他国家更高价格的全球定价模式,已逐渐成为越来越多国际品牌的选择——无论其在国外是否属于奢侈品,在中国定出奢侈品的价格就能成为奢侈品。

商业的原则是愿打愿挨。要想让洋品牌高价低下来,先把捧“洋”脚的热火劲降下来。



### “真功夫”否认与外资接洽

□ 张焱

创始人蔡达标因涉嫌经济犯罪被捕后,国内最大的中式连锁餐饮集团真功夫股权或再生变数。

据媒体报道,真功夫潜在的投资者包括一家大型外资餐饮集团以及一家投资控股有限公司。两大投资者一个希望购入部分股权,一个希望获得控制权。

对于外资餐饮投资集团要牵手真功夫的说法,真功夫营销中心公共关系部经理郭帆 7 月 16 日表示,“真功夫公司对保持开放态度,真功夫目前没有与外资投资方进行接洽,但公司会视发展需要来决定是否引入风投及战略投资。”

公开资料显示,真功夫创立于 1994 年。2010 年,真功夫占据国内亚洲风味快餐连锁份额约 13.8%,仅次于味千的 19.2%。

对于外界传闻的真功夫面临资金链紧张,郭帆表示,“真功夫现金流充足。真功夫早在 2007 年 10 月,获得由今日资本及联动资本联合投资的 3 亿元人民币风险资金。对是否再引入风投,公司会视发展需要来决定。真功夫目前依然保持着快速扩张的势头,这足以证明真功夫的成长性依然优秀、现金流充足。此外,真功夫在经营上一直保持快速发展,营业收入保持增长,预计今年收入增幅 20%。”

业内人士指出,如果恰当地引入外资,真功夫会取得更大的发展。商务部研究员、北京新世纪跨国公司研究所所长王志乐近日指出,“在经济全球化高度发展的时代,利用外资不仅是发展中国家加速本国经济发展的重要手段,也是发达国家优化资源配置,增强经济活力的重要途径。”

### 北大光华 - 富邦中国商品指数问世

实时反映中国商品价格变化,为通胀时代提供投资及避险商品设计指标

□ 本报记者 王海亮

7 月 18 日,两岸首度合作的中国商品指数问世。北大光华 - 富邦两岸金融研究中心首次发布“北大光华 - 富邦中国商品指数”(PGF-CGI),根据中国经济及期货市场发展之特色,实时反映中国商品市场的变化,为通胀时代提供投资及避险指标,这也是两岸学界与金融业携手合作的重要里程碑。

富邦金控董事长蔡明忠表示,作为首家参股陆银的台资金融机构,富邦金控期望持续促进两岸三地的金融交流。2009 年 11 月,富邦金控与大陆第一学府——北京大学光华管理学院共同合作的“北大光华 - 富邦两岸金融研究中心”,是两岸学界与产业界所成立的第一个金融研究中心,成立以来一直致力于两岸金融议题的构思与研究,“北大光华 - 富邦中国商品指数”即是双方合作的具体成果。

蔡明忠指出,首次发布的“北大光华 - 富邦中国商品指数”是两岸学界与金融业首度合作推出之中国商品指数,希望提供学界、业界及一般投资人一个具权威性、中立性的平台,来认识与观察中国商品市场的发展,并可依高度透明及公开化的指数变动情况,来进行中国商品市场的研究、避险及投资。

# 兰蔻中国价格 30 倍暴涨真相

## A. 事件 | SHIJIAN 兰蔻 5 年 3 检不合格

7 月 9 日,温州市工商局发布夏令用品质量检测公告,在该局近期抽检的 69 批次夏令用品中,有 12 个批次产品不合格,诸如兰蔻、希思黎等国际品牌也未能过关,部分品牌产品甚至未超标。

同时,工商人员还发现一些化妆品未用规范汉字标明“化妆品名称”、“原产国或地区(指中国香港、澳门、台湾)的名称和在中国依法登记注册的代理商、进口商或经销商的名称和地址”,“进口非特殊用途化妆品应标注进口化妆品许可备案号”等情况,兰蔻、希思黎等因此未能过关。

早在 2006 年,继 SK-II 化妆品



工商人员查扣三无香水,其中就有兰蔻红粉佳人。

被查出含有铬和钕之后,倩碧、兰蔻、迪奥、雅诗兰黛四大知名品牌化妆品也被卷入风波,其六种粉饼含有的铬、钕等违禁物质被香港标准及鉴定中心查出。

2009 年第二季度,温州市工商局对浙南农贸、时代广场、开太第一桥等化妆品店组织开展了流通领域化妆品商品质量的监测。此次监测共抽取了 32 批次商品。经检验,合格 22 批次,不合格 10 批次,合格率为 68.5%。此次抽查中,温州市时尚莎莎化妆品销售有限公司销售的兰蔻新清柔卸妆乳、倩碧特效润肤露(黄油)等化妆品的标签不合格,如:无生产地址、生产日期;无生产许可证号。检测中发现有些化妆品连中文标识都没有(水货化妆品可能性较大)。

## B. 真相 | ZHENXIANG 50 克日霜进口价 23 元卖 600 多

兰蔻公司的销售人员说,他们在国内实行统一售价,即使在深圳,销售价格也与北京相同。而据记者了解,在香港铜锣湾波斯富街 SASA 店,这两款日霜价格均打八五折,折后价格为 459 港元和 553 港元,约合人民币 381 元和 459 元,比内地每款便宜近一半。

同一款进口化妆品,境内外价格差距大,是不争的事实。那么,降低进口税率,产品就能大幅降价吗?

广东一位长期从事化妆品进口

业务的公司经理告诉记者:化妆品在进口环节要交多少税,除了税目、税率外,影响最大的还是报关价(即“境外采购价+运输费、保险费”)。

贸易统计资料显示,2010 年我国化妆品进口量 471 万吨,进口额 997 亿美元,按这个量、值换算,平均下来,每公斤进口价约 212 美元。其中,兰蔻日霜(产地法国),进口价大约是每公斤 50 欧元(约 463.5 元人民币)。

贸易专家指出,化妆品因规格、成分不同,实际价格差异很大,单靠

比较进口量、值,不能准确反映每一种产品的实际采购价。但这个数据,至少从一个侧面反映了国外采购价格较低的事实。

按照兰蔻日霜每公斤 50 欧元进口价估算,50 克日霜进口价仅 23 元,税负即使达到 50%,所交纳税负不到 12 元,与 600 多元的零售价相比,可谓微乎其微。

实行的是高价战略,大幅度降价是不大可能的事情。”其次,国内经销进口化妆品的成本居高不下。在多数城市,洋化妆品大多居商场的黄金位置,除了价格不菲的租金外,零售商向供货商收取的进店费、上架费、节庆费等已成为“潜规则”,最终都会“转嫁”给消费者。

## C. 本质 | BENZHI 内外价差与进口税无关

专家表示,由于进口价是海关征税的主要依据(此外还有运输费、保险费等),如果这个价格在市场销售价中所占比重不大,即使降税,也很难达到大幅降价的效果。

分析人士指出,除了进口税收

外,洋化妆品的零售价格还主要受进口品牌的市场定位、营销策略以及国内的物流成本、经销成本、汇率等多个因素共同影响。北京新光天地一家经销美国某进口品牌化妆品的销售经理表示,“进口化妆品在中国市场

# 高不成低不就 昔日地王遭遇尴尬

□ 杨予诺

曾经的“地王”,在严厉的楼市调控下“残喘度日”。他们头顶光环,却又只能选择低调入市,尴尬地接受现实的落差。

去年备受关注的中海、中信、方兴、润通鸿业地产等公司旗下的北京地王项目已经在今年 3-6 月陆续排队入市销售,另一个地王项目保利旗下的保利中央公园也预计在八九月开盘。从已经入市的地王项目销售情况来看,伴随着楼市调控,多数项目调低售价,但成交却冷热不均。

### 【已开盘项目】成交冷热不均 几家欢喜几家愁

根据房地产交易管理网显示数据统计,今年已经入市的四个地王项目成交情况冷热不均:中海旗下的中海九号公馆和方兴地产的金茂家园签约良好,分别达到 64%、89%,而另外两个地王项目则少有成交,其中 5 月份入市的润枫领尚至今仅有一套成交。链家地产首席分析师张月认为,已入市地王项目的成交呈现冷热不均,一种是降价求售,以中海九号公馆和金茂家园为例,两者虽然定位高端公寓,但成交价格却与周边项目价格基本持平,加之位置的优越性,因此签约较好。



保利中央公园外观

另一种则是高价滞销,以润枫领尚和中信新城为例,两项目售价均远高于周边项目价格 3000-6000 元/平方米,超出购房者价格接受空间,至今少有成交。

### 【即将开盘项目】位置优越 高端产品也打性价比

继今年央企品牌项目中海九号公馆、中化方兴金茂家园以及中信新城之后,又一组央企品牌高端项目将入市。记者从保利北京公司获悉,旗下保利中央公园以及保利东郡售楼处都已开放蓄客,计划 8 月或 9 月入市,但具体时间需以取得预售证时间为准。据了解,这两个定位高端的产品,位于望京和石佛营,在地理位置上占了极大的优势。

虽然价格未定,但是对于价格基调,保利北京相关负责人表示,项目

定价参照周边,但作为代表产品,品质较高,希望靠性价比赢得客户。

### 【分析】销售压力巨大 未来定价或继续回落

在楼市进入调控时间后,低价刚需产品一直受市场欢迎,而高端项目因为将拉高市场成交均价,相关部门对其价格审批较为严格。

但是业内认为,在售以及未来将要入市的地王项目将会面临两方面的销售压力:

首先,地王项目由于其拿地以及建筑成本较高,在政府对于楼市价格严厉调控和消费者的降价预期强烈的情况下,相对于其他项目,其价格能够下调的空间较少,所以难以被市场接受。

以中信新城项目为例,楼面价在成交均价中占比达到 58%,因此,即

### 【视角延伸】

#### “地主”们都该反思

链家地产首席分析师张月认为,以地王项目为代表的高地楼盘,产品定位多属中高端,而近期中高端楼盘的入市数量出现剧增,而市场消化速度较慢,短时间内同质化的高端住宅重叠程度加深,会对地王项目的销售形成较大冲击。

目前购房者对于价格期望仍处于低位,以地王项目为代表的中高端项目入市不但不会带动周边房价,反而因自身价格过高难以成交。预计未来中高端楼盘的定价将出现回落,同时低端项目的入市比重将增多,短时间内商品房价格依旧缺乏上涨动力。