

不满低折 施华洛世奇“棒打”电商

□ 滕笑勤 秦川

“施华洛世奇新品上市7折”“原价720元现价450元”……在京东、新蛋等电商平台上，施华洛世奇水晶常年打折，然而这些特价品既非过季库存，也并非假货。比实体店便宜近四成的网络售价严重干扰了品牌的定价体系，近日，施华洛世奇终于“坐不住了”，声称从未在中国授权任何网站销售商品。对此，多家电商淡然应对，回应称所售商品均有正规的进货渠道，保证正品。

对于品牌与电商各执一词，业内人士透露，施华洛世奇此次声明看似针对电商，实则剑指经销商。一级经销商在批货后不开实体店，反而与电商合作谋取了利润，最终令品牌“恼羞成怒”。

品牌：未授权网络平台

记者日前在新蛋、京东、亚马逊等多家电商平台看到，打折施华洛世奇商品随处可见，价格一般是实体店的6到7折左右，例如新蛋网上施华洛世奇一款货号为1029632的水晶吊坠，原价1420元，网络售价仅1099元；另一款货号为928365的金色水滴吊坠，门店售价1300元，网络售价仅899元，相当于7折不到。门店销售人

员说：“除了特卖及偶尔的促销活动外，平时很少打折。”

事实上，电商销售打折施华洛世奇绝非罕事，记者搜索发现，包括京东商城、当当网、新蛋网、亚马逊、1号店、淘宝等国内主流电商平台均在打折销售施华洛世奇的相关产品，其中1号店相关“施华洛世奇”的搜索结果有1327款，亚马逊则有1154款，京东364款，新蛋亦有11款。

电商常年低价严重干扰了品牌的定价体系，近日，施华洛世奇(上海)贸易有限公司对媒体声称，公司目前为止没有在中国地区内授权任何网站销售施华洛世奇的产品，并表示，对于网上一切侵权或非法销售施华洛世奇产品的行为，会考虑采取相应的法律行动。

电商：商品有正规进货渠道

对于施华洛世奇骤然撇清关系的说法，多家电商平台均回应称所售商品均有正规的进货渠道，并已获得合法授权。

“我们手续合法、品质过硬，目前并未出现消费者集中投诉或要求退换货的情况。”京东商城相关负责人回应称，其网站所售的施华洛世奇产品价格的确低于品牌厂商售价，但均来自正规渠道，供应商及品牌厂商均具备

合法资质，商品手续完备，并带有正规商业发票，京东和供应商将在法律规定的范围内负责这些商品相关的售后服务，消费者可打消顾虑。如果实在不放心，对于符合规定的正常退换货要求，亦可按照法律法规和公司章程予以办理。此外，当当网也表示，商品均获得合法授权，有正规进货渠道。

但记者注意到，在京东网站上，也有一部分施华洛世奇产品已经悄然下架。据知情人透露，上述产品并无质量问题，只是换了一个商品名称重新上架。“由于施华洛世奇水晶本身就被用在一些其他品牌的配饰中作为原料，这些品牌已获得了施华洛世奇的合法授权，因此在商品名称中均提到了‘采用施华洛世奇元素’。为了避免令消费者产生混淆，上述商品已改回了原先的品牌名。”

经销商：转战电商利润更高

“施华洛世奇不敢得罪自己的经销商，只能把棒子打到电商头上。”一家知名B2C网站的业内人士介绍，目前国内几家大型B2C网站所售商品除了小部分通过海外代购的零售渠道进货外，大多数都是从品牌经销商处拿货。品牌给一级经销商的拿货价一般是零售价的5到6折，部分品牌价格可能更低，但经销商如果开实体店的



话，由于近年成本不断上升，扣除装修、物业租金、人工、物流等费用，最后只能赚2到5个点。但和电商合作就不同，即便售价低，但成本更低，经销商至少能从中赚取5个点，多则一成。

易观国际分析师陈寿送说，目前除了手表外，一些中高档化妆品、女装品牌对电商渠道颇为谨慎。“一方面是担心假货，另一方面是不满价格体系被干扰，破坏品牌的价值形象。”

引领中国航空快递业迈向新高峰

中外运敦豪开通成都－香港直航全货机航班



中外运敦豪宣布开通首架成都-香港直航全货机航班

□ 于丹

2012年3月6日下午，中国航空快递业的领导者中外运敦豪在成都香格里拉酒店举行了在行业内率先开通往返成都与香港的直航全货机快递航线新闻发布会。中外运敦豪高层领导吴东明、商强、周健、熊晓冰等莅临现场。据知，该航班的开通将为成都及附近西南地区重要经济中心的客户提供更加快捷的运输服务和更晚的截件时间，继续加强巩固了中外运敦豪在成都和西南地区的行业领先优势。日前，该直航航班已经顺利完成

进口和出口的首航任务。

在发布会上，中外运敦豪国际航空快件有限公司西南分区总经理熊晓冰介绍说：此次中外运敦豪与扬子江快运航空有限公司合作，推出执飞机型为B737-300F的成都－香港全货机航班，每周五十架次往返两地，保证了在成都及其他西南经济中心，如重庆、昆明和贵阳等地的快件可以更加迅速地转运到世界各地，将西南重镇和DHL全球转运枢纽更加紧密地联系在一起。同时，该机型载重量是15吨，在业内具有显著优势，为广大客户提供了充足而稳定的舱位。



中外运敦豪董事总经理吴东明与西南分区总经理熊晓冰共同启动首架成都-香港直航全货机快递航班

据了解该航班开通后，成都本地出口快件的当日上载截件时间延至下午4点。完成当日上载后，去往亚洲和欧洲目的地的快件将会在转运时间上有一个工作日的提升。对于需要正式报关的出口货物，中外运敦豪的截件时间也将延长到上午11点，这些快件在清关顺利的情况下，也能实现当日上载。

根据首航记录，所有在凌晨到达成都并于上午完成清关的进口快件，均可实现当日派送；对于香港及一些亚太主要国家的进口快件，最快能够实现次日上午送达——这一表现极具

市场竞争力的，特别适合对转运时间有严格要求的客户。

中外运敦豪1995年率先在四川成都设立分公司；2006年为业务发展的需要设立西南分区。经过16年不断的投入与发展，加上对本地业务的精耕细作，中外运敦豪做好了充分的准备迎接以成都为龙头的中西部地区经济发展高峰的来临，从容应对各种市场挑战。目前，中外运敦豪在西南共设有五个分公司（四川、重庆、云南、贵阳、拉萨），拥有近40辆作业车辆，设施面积近5000平米；并设有一个可自主清关的口岸、一个快递物流中心。中外运敦豪西南分区客户主要覆盖电子与高科技、汽车与零部件、机械制造、消费品等行业。

中外运敦豪董事总经理吴东明表示：“作为第一家进入中国西南地区的国际航空快递公司，中外运敦豪对成都及西南地区未来的经济发展潜力充满信心。此次开通成都－香港的直航航班正是在投资成都、投资西南上迈出了坚实的一步。”根据发改委的统计数据，成都在2011年前三个季度实现进出口总额266.8亿美元，同比增长48.4%；其中航空进口货值较去年同期增长166.2%，出口同比增长超过30%。他还说，随着西部大开发和IT产业西移，成都的IT服务和高科技电子企业近年来一直保持着

两位数的高速增长，已经成为中外运敦豪的重要客户。这类企业对于转运时间具有很高的敏感度。成都－香港直航开通后，中外运敦豪将更好地满足客户需求，在提高业务量和市场竞争力方面再上一个新台阶。

中外运敦豪深信：中国快递物流业的发展离不开基础设施的完善和产品的革新。中外运敦豪的发展也验证了这点。中外运敦豪将继续秉承“客户为先”的理念，专注于“盈利的网络”、“高品质的服务”、“忠实的客户”和“备受激励的员工”四个关注方向，全心全意为客户服务，不断满足客户日益增长的快递物流需求，引领中国航空快递业迈向新高峰！

相关链接

中外运-敦豪国际航空快件有限公司成立于1986年，由全球快递物流业的领导者DHL与中国对外贸易运输集团总公司各注资一半成立，是中国成立最早、经验最丰富的国际航空快递公司。中外运敦豪已在全国各主要城市建立超过100家分公司和近200间办公设施，拥有6000多名经过培训的高素质员工，服务遍及全国400多个主要城市，覆盖中国95%的人口和经济中心。

据说，老鹰的寿命是70年，但当它40岁时，它的喙和利爪已经角质化，身上的羽毛已经蜕化。于是它就飞到最高的悬崖上，在岩石上把喙啄掉，30天后，一个新的喙就长出来，它再用喙把角质化的利爪和身上的羽毛拔去，30天后，一副新的利爪长了出来，身上的羽翼也重新丰满，这只新生的雄鹰会一跃而起，再次雄霸苍穹30年。

站在“十二五”规划蓝图的起跑线上，经历过洗礼的河南省漯河市双汇实业集团有限责任公司（以下简称双汇集团）会更加清醒、沉着、冷静和成熟。在深刻反思及严厉整顿之后，双汇集团将由中国企业向国际化大公司转变，由速度效益型向安全规模型转变，双汇产品由高中低档全覆盖向中高档转变，继续引领中国肉制品行业。

在一年一度的“3.15国际消费者权益日”即将到来之际，本报隆重推出一组系列报道《苍鹰重生击长空》。



图为双汇集团董事长万隆

□ 本报记者 李代广
图片摄影 万红卫

漯河，一个不起眼的内陆小城，在河南地图上都很难发现她的位置。但就是这么一个小城，却因为拥有了一颗耀眼的明珠而扬名于全国，这就是双汇集团。

神奇崛起：火腿肠撬动多级跳

——双汇集团系列报道《苍鹰重生击长空》之一

1958年，刚刚成立不足十年的新中国，为了稳定全国经济局势，各地都储备一些物资以调控市场需求。漯河因地处京广线上，交通便利，政府就在这里建了一座冷仓以储备战略所需的肉制品，1969年4月更名为漯河市肉类联合加工厂。但谁也没有想到：就是这么一个小小的冷仓，如今已发展成为一个年产值超500亿的农产品加工龙头企业 and 我国最大的肉类加工基地，在中国500强企业中排名第160位，开创了中国肉类品牌。

1984年，漯河肉联厂资产总额只有468万元，而累计亏损却高达534万元，在河南省10个国有肉联厂中排序倒数第一。当时的职工都在想：如果谁能让我们这帮职工有活干、有饭吃，那他就算创造了一个奇迹。

1984年7月，漯河肉联厂实行民主选举，万隆以全票当选为厂长。他临危受命，在全体职工大会上，发出了铮铮誓言：“我将竭尽全力，与同志们一道闯出一条新路子！”

如何使企业扭亏为盈，是摆在万隆面前的难题。在计划经济模式下，生猪实行统购统销政策，生猪收购价格低，导致生猪货源严重不足。通过市场调查分析，万隆大胆提出：在完成国家计划的前提下，发挥价格杠杆作用，在国家生猪规定价格基础上每公斤上浮一分钱。正是靠这一分钱的调控作用，撬开了封闭几十年的计划经济的沉重闸门，方圆百公里内的生猪源源不断地涌进漯河肉联厂。当年，肉联厂奇迹般地扭亏为盈，不但填平了500多万元的亏损窟窿，还赢

利了8000元。虽然只有区区的8000元，但却是肉联厂26年来实实在在的第一次盈利，这让工人们看到了希望的曙光！

1992年2月，是双汇前进中的又一个拐点。在大家的齐心协力下，第一支“双汇”牌火腿肠问世了。看着生产线上源源不断产出的火腿肠，大家是做梦也没有想到，就是这根小小的火腿肠，奇迹般地改写了漯河肉联厂的历史。因为生产的需求增大，漯河肉联厂在全国构建了一个有形与无形结合的大市场链：东北的上亿斤玉米源源入川，育出千万头瘦肉型川猪，川猪纷纷调进河南变成火腿肠，再跳上千家万户的餐桌。在这种大流通格局下，小小的火腿肠对天南海北的资源进行了一次高效益的配置与组

合。而在这个过程中，这个当时在河南排名倒数第一的漯河肉联厂实现了惊人的多级跳。1994年8月，以漯河肉联厂为核心，组建成立双汇集团。1995年4月双汇食品城（现双汇工业园）一期工程开工建设，总投资2.6亿元，共7个项目；1998年12月，“双汇实业”5000万A股股票在深交所成功上市。1999年10月河南双汇实业股份公司变更为河南双汇投资发展股份公司，1999年12月，漯河双汇商业连锁有限公司成立。2000年12月双汇工业园二期工程全面竣工投产，总投资5.6亿元，同年12月，双汇集团经国家人事部批准建立企业博士后科研工作站。可以说，双汇的每一次涅槃，都是一次产业扩张的自我提升。

（谢振轩）