

商品有了电子身份证

扫一扫就知道谁真谁假

□快报讯 (通讯员 沈之坚 记者 郑春平) 阳澄湖大闸蟹为了防伪戴上了“戒指”，可不久就发现，市场上的各路螃蟹都戴上了“戒指”；某品牌食用油采用了电话防伪，可厂家在一次打假时发现，假货居然也煞有介事地印有“防伪电话”……对付假冒伪劣真的没招了吗？非也。记者从江苏省质监局获悉，今年下半年，全省将深入推广产品质量电子监管网，用带有唯一性的“电子身份证”来封杀假货，消费者只需将所购商品在商场或超市终端“刷”一下就能验证正身了。

产品质量电子监管网是国家质检总局部署推行的全国性网络系统。该系统对假货的强大“免疫力”就在于，它对每一件入网的产品都标注了数码信息，相当于为每一件商

品都配备了“电子身份证”。消费者在使用时也十分便捷，电话、短信、网络、终端等，有多种途径可查验商品真伪。如果所查商品的“身份证”号码存在，系统就将告知该产品的厂家、型号等信息；如果这些信息与购买商品不符合，或者查询的号码不存在，就证明这件商品是假货。

省质监局表示，将确保年底前，完成全省50%的商场查询终端布设和调试，投入使用，并在各商业网点逐渐推广，初步计划设立查询终端10万~15万台。同时，首批100种产品目录，涉及大米、方便面、食用植物油及奶粉等食品，酒及各种饮料，化妆品、地板陶瓷等建材及农资产品。南京、无锡、苏州、扬州、南通、宿迁等6市被列为重点推广城市，首批试点。

菲亚特311 9月正式上市

售价10万元，名字还没取

南京菲亚特品牌部相关负责人昨天宣布，新车“311”于9月份正式上市，一年多没有新车型的南京菲亚特对这款车寄予厚望。据介绍，目前在南京菲亚特11个关键部门中有10个都是由中方担任负责人，中外双方的合作正渐入佳境，投资还在扩大中，未来计划每年推出一款新车。



在网上广为流传的“311”的图片 资料图片

价格是这样定出来的

“311”只是新车的代号，中文的名称并没有确定。品牌部相关人士称，新车是三厢版，排量1.7升，预计售价在10万元左右。

“关于‘311’的定价，我们财务部门和商务部门给我的价格并不一样，但我们不得不采用商务部门的定价。”南京菲亚特的第一任外籍老总马思博在回答记者提问时说。也就是说，卖多少钱最终得听市场的，而不是财务部门根据成本、利润核算的结果。

10万元以下的车型利润之薄是行业普遍的情况，市场激烈的竞争逼着企业降价。了解了中国市场的情况之后，怎样降低成本成了南京菲亚特高层最费思量事情。首先提高国产化率，目前南京菲亚特车型的国产化率是90%，计划到今年年底提高到95%；对9月份上市的新品“311”，公司也将迅速提高国产化率，同时，大刀阔斧进行内部管理的改革，从内部决策的时间程序到产品原材料的管理，都变得“苛刻”而有序，都是为了降低成本，为产品让利赢得空间。

同行称10万贵了点

进入2006年，在经历了连续降价之后，价格最

低的一款派力奥仅售5.288万元，三款经济型轿车已经利润微薄，产品线的单一是南京菲亚特发展的硬伤，企业急需新鲜血液的输入。南京菲亚特对即将上市的“311”寄予了厚望。有媒体报道称，“311”某种程度上扮演的是救世主的角色。

据悉，“311”的竞争对手包括凯越、伊兰特等目前在市场上热销的中级车型。而目前1.6升排量的中级车平均价格也都在10万元左右，其中伊兰特的最低配置售价前几天刚刚降到9.7万元。北京现代等品牌南京经销商昨天接受记者采访时称，现在的伊兰特最低配置已经降到9.7万元，有时甚至9.6万元就卖了，因此对于菲亚特“311”来说，定价在9.1万元才有竞争力，或者说，新品先按10万元左右卖，然后再降到9.1万元，甚至9万元以下。因此，“311”的价格究竟是定在10万元以上，还是定在10万元以下，是否能一炮打响的关键。不过也有经销商认为，1.7升排量是目前市场上所谓一个“空当”，因此10万元左右是一个极具竞争力的价格。

快报记者 夏天



部分高档护肤品在悄悄地涨价

“你最好买两瓶，我们很快就要调价了。”消费者徐女士昨天到南京某商场购买化妆品时，营业员让她备点货。“不会是搞推销吧？”徐女士起初有些怀疑。不过，当她一圈逛下来，看到部分化妆品的确涨价了。早在3月份，高档护肤品消费税由8%调整为30%，虽然征税细则尚未出台，但南京部分高档护肤品已经涨价了。

部分护肤品悄悄涨价

记者昨天在东方商城、金鹰等商场的护肤品柜台看到，“玉兰油”、“欧莱雅”、“碧欧泉”、“兰寇”等4种品牌的部分护肤品价格有所上涨，上调幅度不尽相同。玉兰油专柜的销售人员告诉记者，今年3月，公司对新生护理、净白莹彩、净化补水和多效修护4个系列护肤品的价格进行了调整，上涨价格分别为1元和10元；碧欧泉部分化妆品价格在今年进行了上调，涨幅不到10%。例如活泉水露由原价425元上涨为450元，一款男士洗面奶由原来的200元上涨为220元。据该柜台的销售人员介绍，碧欧泉部分护肤品的价格之所以上涨是因为产品的成分有所变化，添加了很多新的元素；兰寇部分护肤品如眼霜、柔肤水等系列产品价格也在同一天上涨了20~30元左右。欧莱雅也对部分产品的价格上调了5~10元。

以上这些护肤品涨价的同时，也有部分高档品牌如“Dior”、“娇兰”、“SK-II”、“Chanel”等目前均维持原价。据这些专柜的销售人员介绍，如果要调整价格，公司会



高档化妆品有比较固定的消费群体 资料图片

提前通知。目前，她们还没听说公司要调价的消息。

固定消费者不会“过敏”

虽然部分高档化妆品的价格出现了浮动，且未来总体趋势仍将上升，但大部分销售人员都表示，高档品牌的产品都有固定的消费人群，他们对价格的敏感度不高，即使涨几十元，对产品的销量影响并不大。正在选购某品牌化妆品的李小姐告诉记者：“这个牌子很适合我的皮肤，就是价格上涨了，也不会改用其他的品牌。”据介绍，就目前的销售情况来看，高档护肤品每月的销量基本稳定，消费者并没有因为担心这类高档化妆品价格上涨而大量采购。但是也

有一些顾客，因为部分高档护肤品价格的上涨，从而将目光转向一些中高档护肤品。

税收细则出台遇阻

为何高档护肤品的征税细则迟迟不见出台呢？业内人士分析，进口产品税费一般由增值税、进口税及消费税三部分构成，消费税所占比例并不大。如今消费税调整的焦点主要集中在汽车、房产等项目，而高档护肤品则属于比较小的行业。此外，高档护肤品的定义还比较困难，究竟是按照价格还是按照产品的品牌、类别来定，到目前为止还仍然存在一定的争议。

实习生 王瑞 快报记者 郑春平

绿豆涨到4块钱了

□快报讯 (记者 夏天) 昨天下午，记者在市区的一家农贸市场看到，一位先生在摆放绿豆的摊位前犹豫了一下，又将捧在手里的绿豆放了回去，而市民左大爷不解绿豆怎么比水果贵？尽管价格涨到了4块钱，天这么热，他还是买了一斤回家煮绿豆百合汤。

据悉，随着气温的升高，一向被老南京认为消暑佳品

的绿豆也开始热销起来，但接连的涨价却让很多市民有点吃不消。

昨天，记者在羊皮巷的两

个摊位上询价，一个卖3.80元/斤，另一个卖到3.90元。在沃尔玛大卖场也要卖到3.90元/斤。一位正在购买绿豆的市民抱怨说，去年只有2.40元/斤，今年怎么一下就涨到这么高呢？有的都卖4块钱了。

南京最大的粮油大市场、下关粮油批发市场的行家昨天证实，绿豆价格涨幅的确不小。6月份的批发价只有3.10元/斤，而现在已经涨到了3.70元/斤。这位行家说，一来绿豆不是大田种植，农民主要是选择

边角地种植，本来数量就少；二是去年价格不高，只有2.90元/斤左右，农民无利或微利，上市量不大。此外，还有一种说法就是，出口日本和东南亚国家的数量在增加，而国内市场的货源明显不足，导致价格上涨。

行家还分析，眼下正是青黄不接的当口，新绿豆尚未成熟，陈货越来越少，进入盛夏气温越来越高，绿豆需求量随之增大，所以南京市的绿豆价格很可能会继续上涨。但是，一旦新绿豆上市，价格有望下跌。

同创集团 拍卖股权资产

□快报讯 (见习记者 张曦) 曾经是南京品牌企业的南京同创信息产业集团有限公司(以下简称“同创集团”)，如今不得不拍卖股权以偿还债务。近日，瑞信拍卖将公开拍卖同创集团所持有的22.73%的江苏同创研究院有限公司(以下简称“同创研究院”)股权。

据了解，同创集团是同创研究院的第一大股东，也是国家有关部委、江苏省政府、南京市政府重点支持的高新技术企业，是江苏省和南京市IT产业的“窗口企业”。产业包括集成电路制造、软件开发、卫星通信、系统集成、网络设备制造、网络应用、信息服务等。

知情者透露，虽然市政府希望通过兼并重组使同创集团复苏，但由于经营方面的问题，企业欠下巨额债务，且实物资产已经被拍卖一空。在这样的情况下，同创集团所持有的股份成了最后可以执行的资产。

据了解，此股权已经竞拍过一次，当时的评估价格为1100多万，但由于此价格明显过高，最终流了标。此次拍卖是其第二次拍卖，但目前法院方面还没有确定最后的价格，但肯定会在第一次拍卖价格的基础上“打折”，如果此次再流标，理论上还有一次拍卖的机会。

知情者透露，和上市公司的股权拍卖不同，有限公司的股东大多是关联股东，所以可能会有一定的排外性，这就给同创集团的股权拍卖带来一定的不确定因素。但知情者认为，如果同创研究院的经营良好，关联股东自然不希望外人来分一杯羹，但如果经营不理想，关联股东自然希望有新的资金注入。

食品添加剂 推市场准入制

□快报讯 (通讯员 沈之坚 记者 郑春平) 面条太白是用了增白剂，辣酱太红是用了苏丹红……食品中的添加剂越来越呈现出“滥用”的趋势。记者昨日从江苏省质监局获悉，今后将收紧“笼套”，对食品添加剂实行QS认证(市场准入制度)。纳入同一批认证的还有食品容器、包装材料、食品用工具、设备、洗涤剂、消毒剂等相关产品。

食品包装QS市场准入后，将严格控制原材料的使用，任何企业不得使用回收料制作食品包装物；必须使用新型的增塑剂、稳定剂必须报批，批准后方可使用。

苏宁电器上市两周年感恩盛典倒计时3天

苏宁空调即买即提即装，感恩盛典急速升级

2004年7月21日，苏宁电器在深圳证券交易所正式挂牌交易，成为国内家电连锁首家IPO上市公司，此后长期延续了股市上的良好表现，并一直保持着快速稳健的发展。上周苏宁电器在全国范围内开始了“上市两周年感恩盛典”的促销活动。

苏宁上市两周每年，获得了良好的融资平台，苏宁电器将这部分资金全部用于家电连锁的后台建设，例如：2006年4月，被成为世界零售业“灯塔”工程的苏宁SAP/ERP系统在全国2.4万个终端上线成功，实现了投资、业务、财务、服务、人事的一体化管理、跨公司管理、跨地区经营三大管理突破。2005年，苏宁在家电连锁业内率先通过了ISO9000服务体系质量管理国际认证；并在家电零售行业中率先实现了全会员制销售。试点于南京珠江路店，全面推用于新街口店

的以品牌和品类结合出样的第四代3C+销售模式也取得了成功，有力提升了苏宁的门店经营质量。

据气象部门预报，明后两日将持续高温，最高气温有望突破35摄氏度大关。气温陡升将引爆空调旺季市场，空调厂商借苏宁上市两周年的机会鼎力助阵苏宁，调集大量货源优先保证苏宁空调的销售，其中包括大量的市场紧俏型号。几大主流空调品牌——松下、三洋、海尔、美的、春兰等向苏宁投入了数千万元的促销资源，将主流空调机型价格直降30%。

苏宁电器为了满足广大市民购买空调的需要，在南京范围内推出空调即买即提即装服务。据介绍，本周是苏宁电器上市两周年感恩盛典的高潮，空调成为了此次促销的主角，各大空调品牌对苏宁的支持也是空前的，厂商联手打造了一场空调消费盛宴。

9万件礼品、900万元赠品、9000万元让利

国美电器周年庆 7月22日邀您参加万人盛宴

国美近日从国美电器了解到，题为“全城同庆 南京国美万人盛宴”的大型感恩回馈活动将于本周六正式“开宴”。本次周年庆促销跨度长达十六天，时间将从本周六开始直到8月6日，南京国美一负责人表示：此次国美“万人盛宴”促销力度空前，会再现国美去年初进南京开业时那种“价格低到不敢想、赠品多到搬不动”的激动人心的场面。

据了解，国美将在周年庆期间在南京市八大门店及其二级市场丹阳、扬中、泰州共十一店进行疯狂让利，16天总让利金额高达9000余万元，价格平均降幅达30%以上。南京国美营销中心总监助理李杰称，周年庆期间各品类电器的备货已达到空前的丰足，空调、彩电、厨卫、冰洗、3C、小家电等等数千种型号，几十万件商品均已到位。为筹备这次周年庆活动，

5月初国美就开始行动，积极与厂家和供应商秘密谈判。30余家知名品牌还拿自己最新款车型“开刀”直降返现，其中不少是国美买断经销的产品。

据介绍，从本周六起，国美1周年庆典将对全品类家电进行大幅降价，最高降幅达60%。其中以彩电为首的AV类家电将普遍低于市场价格15%左右，空调、冰箱、洗衣机等白电降幅也在5%-20%之间。

另据介绍，“来就送”将成为参与此次南京国美“万人盛宴”的入宴之礼，并且国美此次大大降低了全场“逐级送礼”活动的“门槛”，加大抽奖中奖率，配之十分有诱惑力的奖品。国美此次周年庆所有赠品金额高达900万元，南京国美一负责人戏称“消费者拿礼最好有请搬运工”，足见国美此次庆典势头之强劲。