

据媒体报道,全国工商联今天上午将召开新闻发布会,届时各个协会可能集体宣布:保证重要的消费品近期不涨价。而就在4月初,为确保价格总体稳定,发改委使出“连环拳”,相继约谈了饮料、奶业、糖业、酒业等多达17家行业协会负责人。

密集约谈的背后,是物价跃跃欲“涨”的严峻现实。南京市场上各类相关商品近期价格走势如何?到底涨没涨?记者进行了探访。

□快报记者 沈晓伟

食用油限价令再延两个月 多个协会可能今天宣布不涨价

记者走访市场发现,近期粮油牛奶价格稳定,但饮料“瘦身”暗涨



这一轮喊涨风波正是从方便面和日化产品开始的 资料图片

调控物价 17家行业协会被约谈

继上月约谈方便面、日化企业后,日前,发改委价格司再次会同国家发改委经贸司、商务部市场运行司,约谈17家行业协会,抑制涨价。这是2007年约谈调查机制建立以来,规模最大、涉及面最广的一次。约谈对象包括全国工商业联合会、中国食品工业协会、百货商业协会、饮料行业协会、奶业协会、糖业协会、

中国酿酒工业协会、中国酒类流通协会、粮食行业协会、肉类协会、蔬菜协会等17个行业协会的会长、秘书长等负责人或者协会政策研究人士。

根据发改委2007年10月颁布的《价格监督检查提醒告诫办法》,价格主管部门实施提醒告诫措施可以采取公告提醒告诫、会议提醒告诫、书面提醒告诫、约

谈提醒告诫等形式,并规定了具体的约谈实施办法。对于如此密集的约谈,发改委解释称,约谈的主要目的是防范可能存在的以涨价为目的的违法行为,政府没有利用行政手段干预企业定价。发改委价格司副司长周望军强调:“涨价是企业自己的行为,但应充分认识企业行使自主定价权一定要服从国家大局。”

【食用油】 食用油“限价令”再延2个月

昨天有消息称,国内两大食用油巨头益海嘉里旗下的金龙鱼以及中粮集团旗下的福临门早前提出的调价申请遭到了拒绝。国家发改委建议其暂缓提价。据了解,这意味着由去年12月开始实施的为期4个月的食用油限价政策将延长,延长期预计为2个月。

一位业内人士透露,尽管被限制涨价的只是几家企业,其余多家油企未受限制,但被“管住”的益海嘉里和中粮集团等品牌,市场份额的占有量较大。这些品牌不提价,其他小厂自然也就不敢轻易言涨。

不过,对于这场长达4个月的“限价令”,一些南京市民感觉“不大对头”。市民曹女士记得,去年12月左右,超市常买的一款谷物调和油就涨价了。随后,多家超市都在陆续调价。这是怎么回事呢?“这4个月来,的确没下发新的涨价决定和通知。”一位国内领军食用油企业的相关负责人表示,之所以后期市场上陆续还有涨价,那其实是4个月前就发出的涨价通知。他解释说,产品涨价,从生产商发出通知到零售端开始调价,需要经过一定时间。由于各家超市库存量的不同,调价时间也不等。

这些没涨 牛奶、糖 价格稳定

老百姓日常购买的主副食品里,也有部分近期价格较为稳定。在奶制品方面,光明、卫岗等品牌的鲜奶、酸奶价格与去年底保持一致,部分产品还在进行促销活动。光明纯鲜牛奶1.5升塑料瓶装依然是15元,光明纯鲜牛奶980毫升为10.6元,卫岗原味酸奶1.5千克为15.6元。各类婴幼儿奶粉价

格也较为平稳。伊利金装婴儿奶粉900克装1段149元,2段149元,3段142元;美赞臣900克装安婴儿为219元,安婴儿197元。

糖类里,甘汁园、太古等品牌的冰糖、绵白糖价格与年初相比没有变化,甘汁园梨汁冰糖400克为11元,绵白糖为8.6元,太古白砂糖为5.6元。

【饮料】 手段“隐蔽” “瘦身”变相涨

饮料市场的涨价同样也是风声不断。从年初开始就传出,由于糖价去年高企,康师傅、百事可乐、汇源果汁、娃哈哈等酝酿在春节后涨价。但至今饮料市场上绝大部分品种的价格还没啥变化,只有少数几个品种价格有所上涨,涨幅也不大:百事可乐600毫升瓶装从2.15元涨为2.4元,统一冰红茶的2升装从过去的4.8元涨为5.4元。

不过值得关注的是,有个别品种虽然价格没变,但容量“缩水”了。比如康师傅每日C系列的果汁饮料推出了新包装,与1月份相比,每日C菠萝汁、橙汁等饮料价格还是2.2元,但容量却悄然从500毫升变成了450毫升,少了50毫升。此举颇有“变相涨价”嫌疑:容量少了十分之一,对应减少的价格为0.22元,而实际价格未变。由此可以推算出,这款饮料相当于“变相”贵了2毛钱。

对此,超市负责人表示,更换新包装“瘦身”是主副食品涨价的手段之一。一般来说,这样涨价相对不易察觉,不那么容易损失客源。换言之,如果某天你发现常买的某样食品换包装了,不妨仔细瞅瞅其容量或者净重,说不准,它已经悄悄涨价了。

【菜篮子米袋子】 粮价保持稳定 猪肉小涨蔬菜回落

别的涨没涨,可以缓缓再说,可大米蔬菜猪肉这些关系“一日三餐”的商品,价格又怎么样?昨天记者从江苏省物价局获悉,与4月5日相比,4月10日江苏成品粮价格保持稳定,猪肉鸡蛋价格稳中略有波动,蔬菜价格继续回落。

4月10日,全省晚籼米、标一粳米、特等粳米每斤的零售价格分别为1.84元、2.16元、2.47元,均与上期持平。猪肉鸡蛋价格略有波动。4月10日,全省瘦肉、去骨后腿肉零售价格为13.36元、12.12元,比上期分别涨0.38%、降0.16%。洋鸡蛋、草鸡蛋价格为4.14元、7.09元,前者与月初持平,后者上涨0.14%。

蔬菜价格继续回落。与月初相比,近期监测的14种蔬菜价格11降2升1平,其平均价格为2.55元,比月初下降3.41%。其中,尖椒、青椒降幅超过5%,分别降8.46%、5.87%。导致蔬菜价格下降的主要原因:一是由于近期天气持续晴好,气温明显回升,蔬菜出园率加快;二是地产蔬菜大量上市,特别是地产叶菜供应增加。预计随着天气转暖,露天蔬菜上市量进一步增加,菜价仍有回落空间。

焦点·酒价

3月中旬,多家白酒企业宣布要涨价。时隔近一月,经过发改委两番约谈后,除水井坊悄然涨价外,其他几家都没了下文。对此业内人士认为,涨价不能“一杆子打翻一船人”:中档酒企喊涨不乏“跟风”嫌疑,而低档酒涨价则“情有可原”。

多家酒企喊“要涨价” 发改委踩下“急刹车”

“喊涨”的只有一家没“食言”

涨价态势不断延续的白酒行业“涨声”再起,包括山西汾酒、古井贡酒在内的多家二三线酒企3月先后宣布提价,增幅从3%至25%不等。

虽说多家放出涨价风声已有一月,但目前的南京市场上,白酒价格还是“波澜不惊”。在新街口一家大型超市,促销员百无聊赖地表示,过完年后是白酒淡季,这段时间买酒的人少多了。价格也较为平稳,还有部分正在促销。记者注意到,去年底炒得热火朝天的高档酒价格,只有零星变动。唯一一个涨价的是二线白酒企业水井坊酒。据介绍,该企业采取了“悄悄涨”策略,在3月全线调整了价格。48度水井坊典藏从原来的600多元涨到718元,涨幅约为10%。

涨价被踩了“急刹车”

“多家白酒要涨价的消息我们都听说了,但目前正式下发涨价通知的只有一家。”南京一负责多个超市酒类供货的经销商表示,最近只接到水井坊一家的涨价通知,全线调高约10%。

为何白酒行业的涨价“雷声大,雨点小”?据媒体报道,4月2日上午,国家发改委价格司再次会同国家发改委经贸司、商务部市场运行司约请17家协会负责人,召开了重要消费品行业协会座谈会,强调维护价格稳定。被约谈的包括中国酿酒工业协会、中国酒类流通协会等等17个行业协会的会长、秘书长等负责人。其中,酿酒行业两大协会3天内被约谈了两次,受发改委关注程

【分析】

中档酒涨价有“跟风逐利”之嫌

据资深人士介绍,中档酒虽然也面临着粮食、人工等成本的增加,但“就算成本多了,相对低档酒而言,其利润空间虽有所缩小,但仍比较可观”。另外,这部分白酒占了市场约五成的份额,如果这部分白酒的价格继续攀高,受波及面也较大。对此,一名烟酒连锁店的负责人表示,作为销售淡季,往年搞促销还来不及,可如今部分中档白酒却“逆市喊涨”,颇有“跟风”涨价的嫌疑,“高档酒不断调价,刺激着其他企业的逐利心理。”

而思卓战略咨询董事长祝有



度可见一斑。有意思的是,面对酒企喊涨,发改委并没有全部“禁涨”:对啤酒企业受成本上升影响而适当提价表示理解,但对价格轮番上涨的白酒行业提出了严肃批评。

低档白酒涨价,其实“情有可原”

一位不愿具名的江苏白酒行业的资深人士透露,白酒市场可以按照价位大致分为三档,高档酒约在600元以上,中档酒在100元至300元间,低档酒在100元以下。占市场份额九成的是中低档白酒,这部分白酒每年江苏人大约要喝掉100个亿。

“几十元一瓶的低档酒,毛利率原本就不高。”这名人士解释说,近几年来,酿酒行业各种成本都在提高。2010年粮食生产价格上涨13.3%,酿酒原料谷物上涨12.8%,员工工资增加,成品油涨价,物流开销也随之提高。企业生产低档白酒的利润空间明显受到挤压,在这种情况下,一些企业的提价“可以理解”。而啤酒与低档白酒的情形相似。

华则在近期接受采访时表示,白酒营销费用高,仅以广告投入计算,茅台、五粮液等企业每家每年在央视的投入就在5亿元左右。某品牌白酒2010年营销费用是2009年的两倍。看来,广告和营销费用的大笔投入,才是中档白酒成本激增的根本原因。如果因此提价,也就意味着,消费者要为商家的巨额广告开销买单。

这名负责人还提出,鉴于中低档白酒市场品牌众多,竞争激烈,率先提价未必是明智之举。如果销量受损,涨上去的价格也会降回去。