这个月,“进口化妆品涨价”的话题一度占据了各大媒体的版面。事实上,从全国市场看,进口化妆品依然在高端市场独占鳌头。进口品牌化妆品的销售量和销售额约占60%和90%左右,利润份额更是超过九成。在高端化妆品领涨的局面下,今年品牌化妆品涨价似乎已成定局。采访中,诸多业内人士透露,在今年年底,进口品牌化妆品还将有一波涨价潮。

# 化妆品:预计年底还有一波涨价潮

化妆品篇

## 大众品牌水涨船高

“通胀是全球性的,化妆品行业也很难独善其身。”说到化妆品价格上涨,荟诗化妆品(上海)有限公司零售渠道事业部总经理张波坦言,综合来看,在各方因素影响下,化妆品行业的涨幅将超过CPI,达到10%以上。“不过我们今年内不会涨价。”张波在订货会上接受记者采访时说,但是明年初推出的新品,定价会高于目前市场上的产品。

记者了解到,国内大众化妆品品牌在通胀的威力下已经在涨价。“其实国内大多数化妆品品牌的提价在今年上半年就已经完成了。”一位化妆品品牌经营者表示,大众化妆品品牌平均涨幅在10%-15%。“商场超市涨价很难,但是网站、专卖店都已经涨到位了。”

据悉,杭州三超生物科技有限公司经营的“小青”,作为大众化妆品品牌商,正在与超市、商场等渠道进行艰难的“涨价”谈判。

“我们的进货价格也涨了。”经营台湾美莎思护肤品的淘宝店主叶建蔚告诉记者,走大众路线的台湾产品大约有20%的涨幅。由于市场竞争日趋激烈,为了维护庞大的客户群体,叶建蔚并没有提高零售价格,对批发商也只是提高了5%左右。

## 高端品牌涨不休

如果说大众护肤品的涨价,是成本上涨压力的推动。那么,高端化妆品的上涨,就有更多暧昧的因素。七月初,雅诗兰黛集团旗下诸多品牌上调售价,平均涨幅在5%-8%。早在今年年初,欧莱雅集团旗下的兰蔻、碧欧泉等品牌,以及香奈儿、迪奥等高端化妆品品牌都上调了零售价,涨幅10%-20%。

“国内进口品牌一向比国外售价贵得多,我原来一直以为是受关税和消费税影响。”一向只用兰蔻、雅诗兰黛等品牌护肤的施女士经过媒体“科普”才恍然大悟,诸多进口护肤品的涨价其实跟税费变化真没太大的关系。

据悉,目前进口化妆品有包括关税、增值税和消费税等多种费用。其中增值税为17%,关税从6%到超过10%不等。而占据最大比重的是消费税,其实已几经调整,从2006年4月1日起,我国对“高档护肤类化妆品”按30%征收消费税,其他免征。但直到今日,对于什么是“高档护肤类化妆品”,尚无具体划分标准。目前,仍只对彩妆和香水征收30%消费税,其他消费量更大的护肤类化妆品免征消费税。

据人民日报调查显示,50克兰蔻日霜进口价仅23元,即使税负达50%,纳税也不到12元,却在国内柜台卖600多元高价。其实,对于高附加值的奢侈品、高端消费品来说,涨价并非简单的成本推动。“涨价符合高端消费品的品牌策略,这些品牌需要在价格上保持一个不断爬升的状态以确保其高端性,而价格上升慢反而会被市场淘汰。”博盖咨询董事总经理高剑锋对媒体表示。

## 传统商家拓展网销渠道

化妆品价格受原材料成本、研发投入、人力及营销成本、汇率波动、税收、通货膨胀及市场环境影响。尤其是渠道费用和广告费用,占据整个成本比例在40%以上,这一成本的上涨使大众化品牌化妆品的涨价有点“迫不得已”。

劳动力成本上涨尚有消化的空间,但广告和渠道成本却让厂家吃不消。“广告成本的确在上涨,品牌越来越多,竞争越来越激烈,以前电视台只要播3次广告,现在要播5次才可能让消费者记住你。”张波表示。

“平均来看,一个省要投一千多万的广告费。”杭州三超生物科技董事长周文超也给记者算了一笔账,广告费用有20%-30%的上涨,给企业带来了压力。“只能通过筛选,选择强势媒体集中投放,尽可能控制预算。”当然原材料也有所上涨,比如洗发水的原材料上涨了40%-50%,但对于价格来说也只有10%左右的影响。

正是迫于广告和渠道成本的压力,不少传统零售品牌纷纷转战网络市场,“我们正在拓展包括网购在内的新销售渠道。”周文超坦言。

由于网络销售渠道成本低利润高,虽然输在“起跑线”上,但不少品牌开始用大手笔砸钱的广告投入来“敲开”网络销售的大门,投入的广告费用高达几百万甚至上千万。这也抬高了网络广告的费用。目前,淘宝首页一天的广告费已经达到了14万,今年内预约已经全部排满。

快报记者 何冬蕾

### 相关链接

## 6月CPI是不是顶?

去年以来央行五次加息和12次上调存款准备金率后,最新公布的6月CPI高达6.4%的增速却再创三年新高。下半年通胀是否会见顶回落,是否还会有更多的“靴子”落地?这成为近期各方争议焦点。

“6月CPI增速尽管高于预期,但还不是顶。我们预计CPI见顶在7月,8月开始会缓慢回落,到四季度快速回落。”国家发改委宏观经济研究院副院长陈东琪在7月10日的“2011中国金融投资夏季峰会”上表示。

他原本预计今年CPI在4%左右,现在上调到接近5%,因此他认为通胀还是可控的。但社科院金融研究所副所长殷剑峰则认为,下半年物价形势并不容乐观,“仅从M1和CPI之间的关系来看,2001年以来M1增速加快6个月之后CPI增速都会加快,以此推演,M1增速2009年曾高达30%,2010年亦保持在较高位,最近才开始较快下降,而CPI增速现在才到6.4%,形势并不乐观。”

温家宝总理上周末调研时表示:“把稳定物价总水平作为宏观调控的首要任务。”分析人士将之解读为,下半年仍将维持偏紧的货币政策。国务院发展研究中心金融研究所政策研究室主任陈道富认为,在宏观经济没有出现明显变化之前,下半年仍然应该坚持稳健的货币政策,保持目前的力度,“将数量和价格工具结合起来,要更多地使用价格工具”。

央行行长周小川日前亦在《中国金融》杂志撰文称,进一步落实好稳健的货币政策,更加突出和重视保持物价总水平基本稳定的目标,关注更广泛意义上的价格稳定。

转载《21世纪经济报道》



上周六国家统计局公布的统计数据显示,6月居民CPI同比涨6.4%,创36个月新高。而在食品类的肉禽及其制品中,猪肉价格上涨最多,上涨达57.1%,影响价格总水平上涨约1.37个百分点,占CPI涨幅的21.4%。同时出炉的江苏6月居民消费价格指数同比上涨6.9%,其中猪肉价格仍是拉动CPI上涨的“猛将”。现在,7月份已经过半,据监测,猪肉价格仍呈高位运行状态,猪肉价格是否仍将成为7月份CPI高企的推手呢?

肉价篇

# 猪肉价格还将“拱”高7月CPI?

## 7、8月上涨可能性不大

6月份,猪肉价格57.1%的涨幅让不少消费者感到压力,进入7月份,记者在各大超市的生鲜处了解到,优质后腿肉一斤仍然卖到了15块钱,肋排1斤卖到了25块多。7月1日到7月14日,南京市商务局“时点菜价”每天的数据显示,山西路、进香河、科巷等几大菜市场猪后腿肉的价格维持在14—15.5块,猪五花肉的价格也在15到17块钱之间运行,不同菜市场之间的猪肉价格差大约是5毛钱。“经过6月份猪肉价格的持续上涨,从目前的监测情况来看,7、8月份的猪肉价格上涨的可能性不大,随着供求关系趋于平衡,猪肉价格或将保持高位运行。”南京市商务局市场运行调节处负责人说。

“去年猪肉价格的持续低迷在一定程度上挫伤了养殖户的积极性,生猪的存栏率和出栏率有所减少,在一定程度上对猪肉的供求关系有一定的影响。此外,生猪养殖成本、人工成本再加上中间物流成本的提高,助推了6月份猪肉价格的持续走高。”南京市商务局市场运行调节处负责人介绍,近期猪肉价格上涨,生猪养殖利润也有了大幅提升,随着夏季猪肉消费淡季的来临及猪肉供求趋于正常,猪肉的价格在保持目前高位运行的同时,下半年肉价有望小幅回落。

## 稳定猪肉价格成重中之重

7月9日至10日,中共中央政治局常委、国务院总理在陕西考察,走访农户和超市时强调,猪肉消费是群众的刚性消费需求,稳定猪肉市场是政府不可推卸的责任。而农业部在调研后认为,预计今年7、8月份后猪价同比涨幅将逐步回落。随着价格对生产的刺激和消费的调节,生猪价格继续上涨的空间有限,但受养殖成本高等因素影响,猪价将总体保持高位,下半年生猪出栏将呈逐步增加态势,能够保障中秋、国庆期间市场供应。

近日,农业部畜牧业司司长王智才表示,生猪价格近期已经出现回稳迹象。农业部将从加快发展生猪标准化规模养殖,督促地方落实好生猪标准化规模养殖小区建设,继续派督导小组赴生猪主产省指导生产,从根本上稳定生猪生产发展,保持猪肉价格长期稳定。

快报记者 刘德杰

服装篇

# 今年秋冬装预估涨幅20%

记者了解到,今年下半年穿着类商品价格涨幅趋缓,上涨幅度预计维持在20%左右。虽然下半年20%涨幅比不上去年,但是面对今年上半年整体的涨价态势,即使20%在下半年也不会让CPI太轻松。

## 涨价很肯定,厂家没“肉”吃

“在秋冬款服饰的订货会上,秋冬款服饰的价格在去年上涨的基础上将要再增长20%,”南京主打淑女装的百世吉服饰有限公司相关负责人说,不同的品牌涨幅也会不同,但是和往年相比,预计涨幅不会太大。“我们品牌并不会受原材料及CPI太大的影响,会保持一个稳健的水平。原材料价格上涨基本上可以通过企业内部消除这方面的影响。”Vo-GRASS相关负责人介绍。

相比品牌商态度,生产厂家表示很无奈。“中高档品牌服装对生产企业有很大的议价能力。今年零售价格普遍上涨10%~30%,但是他们付给生产商的加工费用并没有相应的增加,生产环节费用上涨基本上要靠生产企业自己来消化。品牌商们有自己的销售渠道有议价权,在服装业品牌决定价值。所以他们在销售环节上能够几倍甚至十几倍加价销售。”据某纺织业生产行业的相关人士表示。

## 涨价不确定因素很多

南京百货商业协会会长阎永平介绍,一个产品全年的平均利润,有60%左右是通过应季销售实现,剩余的部分产品则通过淡季打折等方式来填补。七八月份是传统的折扣季节,生产企业会有一些春夏款库存通过折扣的方式卖掉,大约在八月,秋冬款服饰会上市。但是下半年穿着类商品的价格,市场不确定因素比较多,不能简单用上涨或者下降来定。

记者从江苏省服装行业协会了解到,今年1—5月份,江苏省服装行业工业产值达150401万件,同比涨了5%,而销售产值达1054亿元,同比增长了21.2%。“和往年相比,工业产值涨幅不大,但是销售额却增速很大。”江苏省服装协会相关工作人员表示,下半年尤其是7月份是个敏感的时间段,就整体来看,下半年服装业工业产值涨幅不会太大,但是很难预估下半年的销售额增幅情况。

快报记者 蒋振凤

### 网友声音

**翼友团**:国内5大知名的体育品牌的运动鞋和衣服再次涨一到二成。7日,李宁发布公告称,第四季度鞋产品价格将上涨7.8%,服装将上涨17.9%。在李宁之前,包括安踏、特步、匹克和361度也宣布涨价。据悉,涨价的主要原因是原材料成本上涨。

**热带鱼范儿**:猪肉没涨价那会儿,我要很刻意才能做到一周吃一天素;猪肉价格噌噌上涨的这会儿,我要很刻意才能做到一周吃一天肉。

**谭中意**:可以负责任地讲,与年初相比,由于服装面料、加工费及其他费用的上涨,一件衣服的成本至少上涨了10%,传递到消费者,涨幅就更大了!中意斯提前屯了很多面料,但要实现2011年不涨价的诺言还是鸭梨山大,大家最近有感觉到服装涨价吗?

**阿索as**:昨晚去逛街,想给儿子买条七分裤,发现今年服装涨价太厉害了,一百元之内已经买不到裤子了。

**常州晚报围脖**:猪肉价格持续上涨,肉摊师傅直呼“没法混了,上午10点就收摊回家。”有些居民家做的红烧肉,“和头”越放越多了。“不知道什么时候会黄,什么时候变贱”,而养猪人赚钱的心情则在忐忑中继续。

# 精选80后喜爱品牌 苏宁环球心动折扣享不停

苏宁环球即日起至7月21日,精选80后喜爱品牌,极限折扣享不停:ESPRIT男女装、ONLY、VERO MODA、JACK JONES全场五折;百家好部分商品满200减100元现金;太平鸟指定连衣裙99元,部分夏款6.8折;法妮部分商品三折;匡威购正价鞋赠时尚腰带一条;VANS购指定款鞋赠环套一个。

炎炎夏日,人气品牌极力优惠,惊喜呈现:休闲类商品满200元抵100元现金,多买多抵。女装、女士内衣当日现金累计消费满200送200电子券,多买多送。女鞋、男士商品为本季促销增添了亮点:千百度299元,FED99元起,星期六269元起。儿童商品当日单柜现金累计消费满100元抵50元现金,多买多抵。

结伴朋友去旅行,享受海边的惬意,防紫外线却成了我们头疼的问题。为此,苏宁环球为爱美的您奉上缤纷阳光礼:一楼化妆品当日单柜现金累计消费满200元抵30元现金,多买多抵。自然堂夏季小清新礼:购满228元赠雪域中样三件套或活泉三件套;购满458元赠雪域中样三件套或活泉三件套+隔离5ML+银色复古手袋;购满1088元赠雪域中样三件套或活泉三件套+隔离3ML+拉杆箱。