



涨价

近日, 李宁公司发布公告称, 第四季度鞋产品价格将上涨7.8%, 服装将上涨17.9%。至此, 国内五大运动休闲品牌李宁、安踏、匹克、特步、361度第四季度价格系数上调。然而价格走高的趋势自今年年初便在该行业蔓延, 耐克、阿迪达斯、美津浓等国际品牌售价均较去年上浮几十元至百元不等。虽然南京的上述品牌目前并没有接到调价通知, 但在CPI牛势上涨的2011年, 南京市民表示, 购买力将再次“打折”。

五大运动休闲品牌涨价

面临销量下滑和市场分流困境, 南京市场暂未调价

事件: 运动休闲品牌涨价

李宁有限公司7月7日发布公告称, 在2011年第四季度新产品订货会上, “服装和鞋产品的平均零售定价增长超过10%”, 同时, 企业对于订货量下降趋势的表述也更加隐晦: “订货量下降比率均约为高单位数。”虽然截至今年6月30日“零售折扣幅度较去年同期也略有增加”, 但似乎并没有改变企业经营业绩的颓势, “零售端的存货水平较去年底有所增加”、“集团整体销售收入较去年同期下降5%左右”。

另据财新网报道, 此前安踏、特步、匹克和361度在订货会上发布消息称, 年内再次涨价一到两成。

而在特步国际控股有限公司今年3月发布的2010年年报中, 去年鞋类和服装类产品平均售价(批发价)已较去年同期分别上浮5.4%和10%。

同时, 匹克体育用品有限公司在2010年年报中提及, 服装产品的平均单位售价由2009年的534元上升至2010年的567元, 涨幅62%。

调查: 南京市场暂未涨价

7月12日, 记者走访期间, 发现南京的上述品牌近期并没有涨价, 由于目前市场主打夏季服装、鞋帽, 因此, 受第四季度订货价影响不大。多名营业员表

示, 至少目前还没有接到调价通知, 但也几乎无一例外地表示, 今年的价格高于去年同期。

与国内品牌同步, 国际运动休闲品牌巨头耐克和阿迪达斯在南京的售价今年也已经水涨船高。耐克专柜的营业员告诉记者, 今年的鞋类服装同款产品已较去年上浮二三十元, 同类款式的T恤, 去年售价199元, 今年售价229元。

阿迪达斯的营业员介绍, 该品牌每款产品也几乎上浮几十元至百元, 预计明年1月将再度上调60元左右。

对于国内品牌的涨价, 耐克、阿迪达斯、美津浓营业员表示, 由于其品牌的客户群相对固定, 其他品牌的价格对其价格和销量影响不大。

反应: 价格高了, 销量低了

走访期间, 李宁专柜的营业员告诉记者, 今年的价格相比去年有所上浮, 这也直接导致销量小幅下滑。该专柜的运动休闲鞋架上, 分门别类地标注着运动休闲、跑步、户外运动、网球、羽毛球等各种款式运动鞋的价格。其中运动休闲和跑步系列价位最低的为219元, 300元以下的还有269元、299元两个价位。而后三个款式价位都在300元以上。

而一件夏季运动衫的低价区间也多在159元、179元、199元左右, 一件运动短裤、长裤的价格也要过百元。

“我们现在还在上学, 买一

双运动鞋能接受的最高价位也就200多元, 一套运动衫的价格最好也不要超过200元。如果价格再涨, 那我们可能就承受不了了。”正在南京某高校就读大二的学生小王告诉记者。

在李宁、安踏、特步、361度、匹克等专柜, 消费者多为在校大学生, 有的是结伴购物的大学生, 有的是由父母陪同的中学生。“孩子还在上学, 还没有必要花三四百、五六百买一双运动鞋。”一位家长在为孩子挑选运动鞋时表示。

困境: 成本增加+“强敌夺食”

在李宁有限公司的公告中, 毛利率已较去年同期下降1%, 而罪魁祸首正是“新的批发折扣率政策、原材料、劳动力等生产成本上涨”。

匹克公司在年报中也分析称, 生产成本增加是价格上升的推手。

一位多年从事运动休闲品牌销售的工作人员告诉记者, 人力成本和户外运动品牌的崛起是导致原有运动休闲服饰市场份额分化的关键因素。

“今年, 李宁、特步、匹克等运动休闲品牌的营业员的底薪都提高了。李宁的营业员今年每月底薪1140元, 去年还是850多元, 特步的营业员底薪去年是960元。”她说, 今年几乎每个运动休闲品牌营业员的底薪都上涨了二三百元。

“另外, 户外运动品牌现在

开始火起来了, 他们的销量恐怕要高过运动休闲品牌。”

据其介绍, 在南京某大商场, 即使国内运动休闲品牌老大李宁, 近期的月销售额也仅在十几万元。

同样经营运动品牌, 户外运动休闲品牌正迎来营收的艳阳天。在探路者、诺诗兰、奥索卡等户外运动休闲品牌专柜, 运动鞋的最低价格也在500元左右, 然而, 单件商品动辄过千的价位并没有妨碍产品的销售。

“来店里买鞋、衣帽、运动装备的顾客年龄多在30-50岁之间, 他们一般喜欢旅游, 有的出国前也会来置办一套, 现在虽然是淡季, 但是很多人去西藏旅游, 所以销量一直也不错。”奥索卡专柜营业员告诉记者, 相比去年, 他们的销售量有所上升, 目前月销售额十几万元。

而在探路者、诺诗兰专柜, 营业员称其近月销量分别为20万元和30万元左右。

虽然产品价格较上年提高10%-20%, 但她们一致认为, 消费群体经济基础较好, 受价格波动影响不大, 而且随着生活品质的提高, 寻求冒险、旅行的消费者也越来越多, 这是户外运动品牌经营行情的看涨心理基础。

国内外知名运动休闲品牌价格几乎同一时间应声上涨, 是否存在价格垄断的可能性呢?

国家统计局江苏调查总队消费价格处处长赵继东接受本报记者专访时说, 衣着类属于市场定价的商品, “关键要看他们之前有没有约定共同涨价。” 见习记者 金凤

因微生物问题 3万余瓶“欧乐-B”漱口水被召回

新华社北京7月15日专电(记者朱立毅) 记者15日从国家质检总局获悉, 3万余瓶进口“欧乐-B”漱口水因检测到微生物指标与公司内控标准不符, 被宝洁公司召回。

宝洁(中国)有限公司14日向质检总局通报说, 其母公司宝洁公司(P&G) 将在全球主动召回在哥伦比亚生产的“欧乐-B”牙膏及牙肉护理漱口水, 其使用期限为今年7月15日至2014年6月30日。

据介绍, 召回原因是宝洁公司在上述“欧乐-B”漱口水中检测到微生物指标与公司内控标准不符, 因此决定立即召回所有相关产品。

质检总局随即核对了宝洁公司通报的此产品进口情况。现查明, 今年中国内地共进口“欧乐-B”漱口水3批, 总计35892瓶, 其中350ml规格的14208瓶, 500ml规格的21684瓶。

质检总局已责成宝洁(中国)有限公司认真做好上述产品的召回工作, 同时要求各地出入境检验检疫机构暂停进口宝洁公司“欧乐-B”漱口水, 并在风险分析的基础上加强进口漱口水的检验检疫。

记者调查

南京部分商场已下架

据悉, 欧乐-B漱口水在南京销售一直不错。南京一家大型商场的相关负责人告诉记者, 目前欧乐-B是由宝洁公司的代理商在销售, 商场直接与宝洁公司联系。据其了解, 自从6月下旬以来, 欧乐-B漱口水就不再进货了, 也就是说, 实际上该产品已经下架。至于购买了这两款产品的消费者如何退货, 他们也不是十分清楚, 因为宝洁公司或者代理商还没有给商场发来相关函件或通知。

昨天下午5点, 记者拨打宝洁公司公布两部消费者热线电话, 想了解退款退货程序, 但对方不是接不通的状态, 就是通了却始终让人等待, 最终断线。

尽管实体商场有的已经下架, 但在网络上, 欧乐-B漱口水仍在销售, 有的卖家还不知道产品召回的消息, 仍在正常销售发货。一名卖家坦言, 还不太清楚欧乐-B漱口水微生物超标的问题, 并声称“东西是从香港进口的, 质量有保证”。 快报记者 刘峻

湖北石首法院原纪检组长杀人抛尸

- 因债务问题发生冲突
- 自杀未遂在医院落网

因债务问题发生冲突, 湖北石首法院原党组成员、纪检组长余学滨竟将债权人杀害并抛尸于涵洞之中。

7月9日8时许, 石首市公路局在石首明珠大道施工时, 职工邹某等人在明珠大道与解放大道交汇处的涵洞内发现一具女尸。工友们当即拨打110报警。接警后, 石首公安局分管刑侦的副局长徐荣国率刑警大队技侦人员、绣林派出所民警赶赴现场, 开展勘查工作, 同时向荆州市公安局刑侦支队汇报, 支队立即派出刑事技术人员赶赴石首, 一并参与现场勘查。

此前一天的8日下午5时许, 该市横沟市镇新沙村2组村民杨世彪, 曾到绣林派出所报案称, 其姐姐于4日中午失踪。失踪人杨莲香, 今年50岁, 住绣林街道办事处建宁大道330号。

警方迅速与杨世彪取得联系, 经杨世彪等亲友辨认, 以及DNA检验鉴定, 认定死者为杨莲香。警方现场勘查及尸体解剖检验, 确定死亡性质

为他杀, 遂立案侦查, 并成立由局长董元松任组长的“709杀人抛尸案”专案组。据了解, 警方根据杨莲香家属提供的信息, 查到受害人手机信号消失前曾与余学滨联系, 并且从余学滨的私家车上采集到了杨莲香的血迹。

7月13日, 警方在医院将正在治疗的嫌犯余学滨抓获。据了解, 余学滨, 男, 今年53岁。今年5月, 余学滨刚刚从石首法院党组成员、纪检组长一职退居二线。警方介绍, 据余学滨交代, 他与受害人杨莲香有数十万元的债务关系。7月4日, 杨莲香要求他偿还债务而发生冲突, 恼怒之下, 他将杨杀害, 后将其尸体包裹、捆扎, 抛尸于涵洞中。

据相关人士透露, 10日, 石首警方曾找余学滨调查。余学滨似乎已经感觉到情况不妙。次日下午, 他在石首建宁大道开车撞向一辆外地大货车, 企图畏罪自杀, 结果没救成, 后被送往荆州医院抢救。对于此说法, 石首警方未作出回应。 据《楚天金报》

2011年江苏省“MM 百万青年创业计划”正式启动

7月15日, 2011年江苏省“MM 百万青年创业计划”在江苏移动正式拉开帷幕, 本次活动由共青团江苏省委、江苏移动共同主办。团省委副书记沈海斌、江苏移动副总经理沈杰、南京211高校及重点学校团委书记等出席了启动仪式。

“MM 百万青年创业计划”是中国移动携手共青团中央推出的面向全国大学生的就业创业活动。上年度, 创业计划覆盖了全国31个省、自治区和直辖市的2000所高校和3000万大学生, 建立了65所高校、高新区创业孵化基地, 涌现出大批优秀青年创业学生, 创业计划已经逐步成为青年学生开展移动互联网

创业的优先选择。在即将开展的“2011—2012年度MM 百万青年创业计划”中, 中国移动将更密切地联合共青团中央, 帮助大学生增加就业创业锻炼并最终实现创业梦想, 重点将围绕KAB课程、校园PK赛和挑战杯、孵化基地和见习基地、创业基金等开展。

从我省范围来看, 截至目前, 江苏移动已与东南大学、江南大学、南通大学、淮阴工学院、江苏科技大学、常州信息职业技术学院、南京理工大学泰州学院、淮海工学院等13所高校联合建立创业孵化基地。据统计, 2010年MM 创业大赛江苏地区发展创业开发者9.6万, 其中成功

提交创业作品成为开发者3.4万人, 提交作品4.6万件, 55%为学生开发者; 荣获全国奖作品10件, 通过MM 学院考试认证人数5.3万人。

今年, 江苏移动将校园PK赛作为“MM 百万青年创业计划”线下品牌传播的重要展现形式, 重点借助高校这一文化传播的前沿阵地, 通过“校内选拔赛—省内选拔赛—全国预选赛—全国总决赛”四个层级的层层挑选PK, 决选出校园手机应用开发精英, 对青少年群体进行集中性的应用开发明星选拔和应用精品挖掘的工作。活动旨在激发青年的创造性和参与性, 进一步推动新应用普及, 促进移动互联网发展。 徐勇

CDV国际之旅 -- 汽车强国的CDV 出租车

2010年, NV200在欧洲荣获2010年CDV国际年度大奖; 2011年3月2日, 已在日本投放的日产CDV车型NV200 Vanette出租车荣获两项由德国通用设计有限公司颁发的设计大奖; 5月3日, 日产CDV车型NV200被选作纽约市未来唯一的出租车车型, 并将于2013年下半年开始使用。可以看到, 以NV200为代表的CDV车型在各汽车强国表现十分抢眼。

基于CDV车型本身车型结构灵活、大空间等特点, 在设计出租车车型的过程中, 它被加装了进入踏板、扶手的滑动车门以及其他改良的人性化设计, 让出租车可以对大多数乘坐情况应付自如, 易于改良加上CDV车型本身的诸多优点, 正是

CDV出租车被众汽车强国所追逐的原因。从越来越多的国际大都市选择CDV车型作为出租车来看, CDV车型正在得到空前的大众认同, 这也是CDV车型符合“汽车强国”当下民众用车需求的一个重要表现。最初的CDV车型是在当初的轿车平台基础上, 对两厢轿车的车身进行了改装, 加装了后厢, 通过增加车身高度提高车内空间, 实用性大大提高, 满足了很多特殊用途; 21世纪后, 欧洲CDV市场趋于稳定, 此时日本及北美等“汽车强国”也开始流行CDV车型, 这时以日产NV200为代表的CDV车型开始趋于对细节的改造, 使车型更加时尚, 舒适性也进一步提高。

与CDV这样的功能性用车在



欧美日等国家的大肆流行相比, 国内的功能性用车还处在萌芽阶段, 2010年, NV200引入中国市场, 翻开了国内CDV发展的崭新一页。随着经济快速增长, 商业活动和公共服务繁荣, 伴随商业机会的增多, 商人对形象升级的渴望以及家庭用车需求的增加, 以CDV为代表的功能性用车市场的崛起将会是一种必然趋势。