

质问国内酒业畸形发展

受追捧 腾云“价”雾

遇禁令 水落船沉



水落船沉(新华社发)

近来,中央有关部门要求严查公款吃喝。记者调查发现,茅台等名酒价格应声下跌,跌幅普遍达20%至30%。

专家指出,以往某些名酒价格只涨不跌并非市场原因,而是公款吃喝在为其“撑腰”,不仅导致了国内酒业的畸形发展,还助长了奢侈浪费之风的蔓延。

1 禁令“一剑封喉” 高酒价“扛不住”

中央八项规定出台以来,全国不少地方下发了“禁酒令”;刚结束的各地方两会上,“公款禁酒”也成为代表、委员一致呼声……

随着严查公款吃喝的风声愈紧,失去公款“撑腰”的某些名酒终于“扛不住”,纷纷降价促销。

在上海一家茅台酒专卖店,指导价1519元的茅台最低打出1360元的“促销价”。而去年同期,同样一瓶酒竟被炒到2200多元,还一瓶难求。

另一名酒五粮液的情况类似,记者在上海五角场一家百货店看到,指导价1109元的五粮液以不到900元的价格出售。名酒只涨不跌的泡沫似乎已被“挤爆”。

“以往这段时间主要做单位生意,现在有关禁令一出,生意明显下滑。”一位高档白酒代理商告诉记者,“实际上一些酒企试图利用提高出厂价的办法保价,但已经不管用了,高档酒零售价跌破指导价的比比皆是。”

白酒专家铁犁认为,在严查公款吃喝的情况下,酒价无法再靠公务消费支撑,高档白酒价格普遍降了两三成。

一位长期从事高档酒营销的人士说,公款采购是国内酒业发展的重要支柱,一些红酒企业的销售,单位或公款采购占30%至40%,而知名白酒企业,公款采购超过50%的也不少,可以说中国酒类市场的一大“引擎”就是公款消费。

《酒海导航》总编张勇认为,“管住公款吃喝,是打到了国内白酒市场的‘命门’,加上前段时间塑化剂风波,酒业尤其是高档白酒价格下滑是必然的。”

记者调查发现,近来公务接待中,喝酒确实收效不少,有的将白酒改为红酒,就是喝白酒,上千元的高档白酒也有所减少。

2 官场追捧啥酒,啥酒就会热销

一名酒业销售人员表示,领导干部喜好喝啥酒,啥酒就可以卖得火。而且在酒水市场上,促销人员喜欢施展“饥饿营销”的伎俩,即人为地制造货源短缺,以此推高价格。实际上,“公款喝酒”一旦被遏制,所谓的“一瓶难求”,很快变成了“吆喝促销”。

这些年来,一瓶600元的茅台酒最高被炒到2400多元;原先不到1000元的小拉菲也炒到8000元以上,1982年的大拉菲则从一万元飙升到六七万元。一位业内人士坦言,如此疯狂酒价背后的一大“推手”,就是公款消费,或曰官员喜好。

据这位销售人员分析,抽烟喝酒是典型的虚糜性消费,“上有所好,下必甚焉。”官场酒风可以说是酒业“风向标”,官场上流行喝什么酒,市场上随之效仿,将其价格推高,甚至有人投入巨资炒作这一品牌。

3 遏制公款吃喝,亟待制定规范

长期关注“三公消费”的华东师范大学教授余南平说,相比于公款出国、公车出行,大吃大喝尤其喝高档酒,更是社会不能接受的,“谁都知道喝酒误事,群众对公款喝酒反映强烈”。

与此同时,公款喝酒容易滋生腐败,譬如经办人员收取回扣等。另外,高档酒也是官员收礼的重要方式,因为变现比较容易,实际上收酒就是收钱。

在北京回收烟酒的钱先生说,白酒中“茅台、五

除了茅台、五粮液、国窖、剑南春、水井坊等酒备受追捧之外,更有一些“天价”酒也上了餐桌。记者见过一种用中药材酿制的东君酒,售价两三千元一瓶,号称81度,实际上医用酒精才75度,酒业发展非理性程度可见一斑。

与此同时,“当好县长、抓好酒厂”的思维方式也不断发酵,“一些地方经济与烟酒产业关系密切。”一位从事酒业30多年的专家说,查询酒类销售网站,列入知名白酒的品牌多达上百个,从省、市、区县到乡镇,大多有自己的酒厂,可谓“酒气冲天”。

“公款吃喝推动了酒业超常发展。”卡斯特酒业总经理潘汝显说,抑制公款消费,虚高的酒价马上被打回原形,“毕竟每瓶800元以上的酒和多数人的消费水平不相符,实际上没几个人自己掏腰包买高档酒”。

粮液、国窖1573、剑南春”等酒回收量大,“其实都是别人送的礼品,收礼人一转身就可变现”。

专家建议,针对公款吃喝问题,应该尽快推出成文规定,明确公务接待中能不能喝酒、喝什么档次酒、喝多少等,要有具体的规范,还要制定相应的惩戒办法,完善公务采购制度,细化财务审计,另外,还要加强舆论监督。

(据新华社上海2月4日电)

质问礼品过度包装

4斤盒子7两茶 “美丽浪费”几时休

春节将至,年货琳琅满目。记者走访发现,许多年货包装豪华、重“核”轻“珠”,“美丽垃圾”浪费惊人。

4斤重的盒子仅装7两茶

一些超市和商店均有专门的年货柜台,入口、通道处摆满了像小山一样的年货礼盒。在太原市平阳路某礼品店,记者打开一个葡萄酒礼盒,只见两个375毫升的小瓶礼品酒标价688元,装在一个约10厘米厚、40厘米高的大礼品盒里。售价460元的“特级安溪铁观音”礼盒包装有四层,木盒子、皮面子,里面铺绒,5个小铁盒子装着小袋茶叶,茶叶净重仅366克。记者掂了掂,估计仅包装就有2公斤重。

在这里购买红酒的一位消费者说:“买这种酒主要是送人,显得有面子、上档次。要自己喝,谁愿意花这冤枉钱?”

一些普通年货也玩起了“高配”。在平阳路某大型超市二楼的入口处,一盒当地产的大枣礼盒有四层包装,里面仅有两个450克小盒装大枣,售价为168元。干果、糕点、糖果、水果甚至鸡蛋和蔬菜都玩起了“礼品装”,两棵大白菜“钻”到精美箱子里身价就成了68元。

有了“面子”忽视了“里子”

部分社会学专家和业内人士表示,精美包装礼盒的流行,其主要原因就是为了让“面子”的送礼需求。

在太原市平阳路某大型超市,北京某著名品牌干果,桃仁、核桃仁、碧根果、开心果等6品种总计910克的礼包标价288元。同一柜台,选择6种同样品牌的袋装干果1830克,服务员计算的价格为

264元。销售人员说,礼盒包装主要是送礼用的,已经有不少公司团购。

在太原市学府街某大型超市,一名消费者选购了一个388元的水果礼品盒。他说,看望老师选精美礼盒是为了表示心意。刚结婚不久的一对夫妇大盒小盒买了六七十个。他们说,市场上全是礼盒,散装的东西如何拿得出手?

山西省社科院社会学所副所长谭克俭认为,过度包装的流行,除了商家提高价格赚取利润外,另一个重要原因是中国传统好面子文化背景的发展演变。他说,中国素有“礼尚往来”“来而不往非礼也”的交往传统,但是随着社会的发展,送礼的内容逐渐发生了转化,人们更加注重“面子”,却忽视了表达心意的“里子”。

制度需跟进 观念要改进

一些专家认为,豪华包装、过度包装造成了资源的浪费,同时对于人情表达并没有多少好处。这与当前“厉行节约,反对浪费”的宗旨是背道而驰的。

谭克俭认为,政府及相关社会组织首先在制度层面作出保障,出台相关的制度,遏制过度包装造成浪费,做到有法可依。同时政府要加大宣传力度,摒弃传统文化中不健康、不利于社会可持续发展的东西。要倡导实实在在的、朴素的交往风气,让包装浪费没有市场。

北京市致力于环境保护的人士孙庆伟认为,环保和循环利用的先进观念已经开始慢慢被消费者接受,商家也需要转变传统的观念,“谁在环保这方面优先发展,谁就可能赢得更多消费者”。再说,这也是“生态文明”建设的一项内容。

(据新华网 网址:www.xinhuanet.com)

ICBC 中国工商银行 洛阳分行

中国工商银行 洛阳分行党委书记、行长郭自来携全体员工 祝洛阳市民新春愉快、阖家欢乐!

2013 蛇年吉祥



新年好 Happy new year