

跳出池塘“爬”上餐桌 龙虾身价节节高

记者调查:批发价同比微涨 零售成本高涨抬高价格

记者 丁林/文 倪路/图

啤酒加龙虾,是很多合肥人在夏日里的一大享受。十多年的发展,如今合肥有了自己的龙虾节,更荣获“中国淡水龙虾之都”的美誉。然而,今年以来,龙虾价格全面上涨,市民纷纷喊贵。昨日,记者遍访吃虾人、卖虾人、贩虾人及养虾人,揭秘龙虾价格高涨的背后。



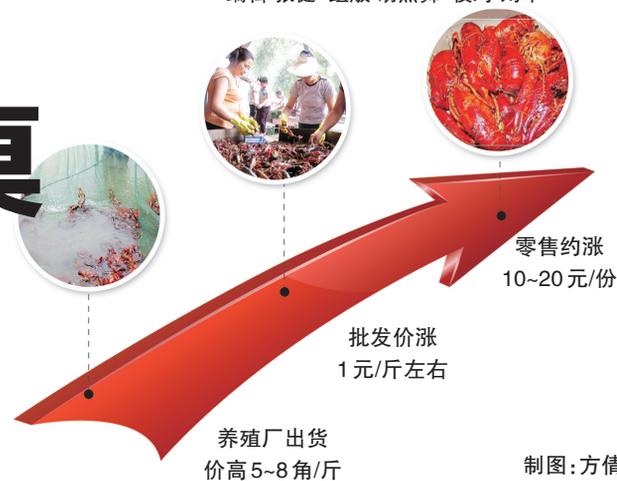
合肥市宁国路某龙虾店

吃虾人:龙虾成“奢侈品”

打小在池州农村长大的小张,对龙虾情有独钟,来到省城求学、工作多年,仍十分喜爱吃龙虾。然而,近日小张和同事前去合肥市宁国路吃饭时,发现龙虾涨价了。小张告诉记者,今年龙虾的价格是他见过最高的。“去年一份60元,而今年同样大小的一盘,却要80元。”小张说,自己只能接受中等价位,“现在最贵的一份要98块,吃一顿龙虾花三四百元,吃不起。”

在合肥工作的刘小姐也向记者抱怨,龙虾“太贵吃不起”,“两个人三盘龙虾就要两张百元大钞。”

省城某网站日前关于龙虾价格的一项调查显示,在801位参与调查的网民中,有473人投“龙虾再好吃我也不买了,实在太贵吃不起”这一项,占58.83%;另有27.86%的网民认为,可以将龙虾买回家,自己做着吃,省钱又安全。



制图:方倩

卖虾人:经营成本涨得狠

8日上午,省城芜湖路与宁国路交口某餐饮店,王老板正在清点前一天的账目。得知记者前来了解龙虾行情,王老板当即表示,现在龙虾生意不好做。“目前我们店龙虾有两种价位,分别是50元和58元,在其他龙虾店纷纷上调价格时,我们至今却不敢涨价,怕涨价就没人来吃了。”王老板称。

“最贵的是98元一份,比去年涨了10

块钱。”昨日,在宁国南路一家老字号龙虾店,工作人员告诉记者。虽然涨了价,但利润却很低,“98元每份的是极品大虾,进价每斤要四五十元,今年人工工资普遍上涨到2000元/月朝上,后堂大厨没有4000元/月根本请不动。”

除了人工成本,据介绍,食用油、调料及房租的上涨,也是龙虾价格高企的重要原因。记者调查发现,龙虾价格普遍上涨。

贩虾人:批发价同比仅涨1元

批发市场上的龙虾价格怎么样?昨日上午,记者从合肥市周谷堆批发市场了解到,目前龙虾的总体价位水平比去年略高,“平均每斤高7-8毛钱。”

做了十多年水产批发生意的老王告诉记者,目前中等个头(五六钱重)的龙虾批发价格在11元每斤,而仅仅一个月之前,批

发价在20多元一斤。“现在价格下来了,但也比去年同期要高1元钱。”老王说道。

在老王摊点对面,马师傅正在给虾子称重。他告诉记者,今年龙虾的价格确实有点高。“7钱重的大虾给养殖户的收购价在17-18元每斤,最高峰的时候,收购价一斤接近30元。现在量上来了,价格降了一点。”

养虾人:产量下降抬高价格

养殖场的价格是龙虾的最原始价格。合肥大圩万成龙虾养殖场的叶经理告诉记者,今年龙虾的价格比去年要高5-8毛钱每斤。在叶经理的养殖场里,最小的龙虾出货价在4.5元/斤,“5钱的要卖到15元,7钱的大虾收购价更高。”

造成今年龙虾价格上涨的原因,在叶经理看来,主要是龙虾产量的降低。他分析,龙虾的繁殖必须在水中,而今春一

段时间,降雨偏少,水源相对不足,给龙虾繁殖造成影响,产量降低。

而常年和龙虾打交道的业内人士王希长则告诉记者,今年龙虾较高的成色,是价格上浮的又一因素。

周谷堆批发市场信息员王萍最后告诉记者,近期龙虾的价格已经进入平稳期,后市大量上市的话,价格应该还会有所下调。

中国连锁百强出炉 国美苏宁并列第二

日前,中国连锁经营协会最新发布“2011中国连锁百强”榜单。两大家电巨头国美电器和苏宁电器均以1100亿元的销售规模,并列第二位(家电零售业并列第一位)。从行业特点看,过去一年,中国连锁业销售规模稳步增长,按同口径相比,增幅超过20%。

苏宁电器连续三年蝉联家电零售业第一

近日,中国连锁经营协会公布了2011年中国连锁百强榜单,苏宁电器以1100亿元的销售规模连续第三年位列中国家电零售业第一。清晰的发展规划、创新的经营模式、稳健的增长态势使得苏宁持续领跑行业。

2011年,基于行业发展趋势和自身实际,苏宁确立了以“科技转型 智慧服务”为核心的新十年战略,积极实践线上线下融合发展的创新商业模式。线下实体连锁继续保持高速增长态势,全年新开410家门店,新进驻25个地级城市,根据市场发展趋势而推出的苏宁与乐购仕双品牌战略也正式落地,首家乐购仕门店在南京正式开业,取得巨大成功。

与此同时,线上苏宁易购的经营品类持续拓展,从家电延伸至图书、百货、虚拟产品等,顾客购物体验持续优化,销售收入高速增长,达到约59亿元(含税),位居国内B2C行业前三甲。得益于创新经营和精细化管理,苏宁2011年在单店效益、利润总额等方面远超同行企业,成为名副其实的中国家电零售业第一。

前不久,苏宁大手笔打造的苏宁易购

总部基地正式奠基,同时透露了苏宁易购新拓展品类及在南京、北京等地设立研发中心的计划,显示了苏宁投身电子商务的决心和信心。其实,早在去年苏宁就与IBM签署了“电子商务创新共同体全球战略联盟”,双方将在战略创新、卓越运营、创新电子商务、云计算等多方面开展合作,率先打造全球第一个能够支撑万亿级规模的电子商务平台,共同开创全球零售业的智慧新纪元。可以预见,苏宁易购在2012年将迎来更大的发展,同时基于苏宁易购电子商务平台进行全品类经营,从而“去电器化”的经营思路也愈发明显。

对于2012年的发展规划,苏宁明确提出线上线下双线领跑的目标。2012年是苏宁新十年战略的全面落实之年,苏宁整体连锁发展将继续“高效增长”:在店面经营质量、模式创新、客户体验、开店数量等方面持续提升,全年计划新开门店416家。基于零售业的新趋势、新情况,苏宁将加快线上线下资源的整合与优势互补,通过采购、运营、服务等体系的职能调整、业务创新,进一步提升服务消费者能力,更好的引领行业未来发展趋势。

国美电器三度领跑中国家电零售业

国美电器再次领跑中国家电零售行业的发展。据中国连锁经营协会公布的“中国连锁百强”名单显示,2011年,国美电器总销售规模达1100亿元,门店总数达1737家,位列中国家电零售行业榜首。

在全球经济形势动荡背景下,中国家电零售行业正在发生深刻变革:一方面,低迷的经济形势与持续的高通胀压力使家电消费需求相对受限,低迷的消费需求与持续高企的成本成为零售企业面临的战略课题;另一方面,随着城镇化步伐不断加快,网络零售快速兴起,80后、90后逐渐成为家电消费主力群体,愈发个性化与多样化的消费需求对零售企业把握并满足消费需求的能力提出了新的要求。在此情况下,零售行业传统依靠规模扩张推动企业发展的模式已经难以奏效。

对此,中国连锁经营协会会长郭戈平表示,过去十余年行业主要依赖扩张的模式发展,现在连锁行业到了通过内部挖潜等手段,提升发展速度和竞争力的阶段。

作为中国家电连锁行业的领导者和开创者,国美电器敏锐地把握到行业趋势的变化,积极通过线上、线下双线部署推动虚实网供需链变革。国美电器总裁王俊洲表

示,企业的可持续增长不是依赖于场地和供应商而是对商品的精细化管理和对客户的精细化服务,向商品经营和客户经营转变是一种回归商业本质的转变。

为此,国美电器进行了大量的后台基础设施建设,全面规划并升级了信息化系统、物流系统及服务系统,提升零供双方服务用户的效率。尤其是依托新ERP系统平台,国美与供应商之间实现了信息的透明化、及时化与精准化,推动行业实现高效、准确地运营,增强了行业对外界环境的抗风险能力。

从现实效果看,国美电器的这些举动取得了良好的市场反应,中国连锁经营协会公布的数据就是最好的佐证。

此前,在美国德勤有限公司与STORES Media联合发布的《2012全球零售力量》报告中,国美全球竞争力排名位居全球零售企业排行榜第75位,三度蝉联中国家电零售第一。

有关统计数据显示,2012年我国消费电子市场规模将达到13910亿元,一举取代美国成为全球最大的消费电子市场。积极推进供需链变革的国美电器则有望成为未来全球电子家电零售行业的新主导者。