金龙鱼涨价的泡泡吹破了

各家趁其喊涨之际大搞促销,金龙鱼被迫应战

大声嚷嚷要“涨价”,结果没看到上涨的标价签,却看到满眼的大促销——食用油市场这次究竟唱的是哪一出?快报记者昨日对南京市场进行追踪调查,发现热火朝天的促销,映衬的却是消费者的冷眼,食用油厂商看起来未免有些“灰头土脸”。而被认为是幕后推手的金龙鱼,却已惹上了“哄抬价格”的嫌疑。查,还是不查,南京、杭州等物价部门已在密切关注。

漫画 俞晓翔

有点疯狂,各家比着送赠品

“买一瓶油送这么多东西!”在丹凤街的金润发超市,一位顾客站在眼花缭乱的食用油促销台前感叹,“很少见到食用油促销这么起劲的。”赠品五花八门,除了送小瓶油,还有送酱油、豆奶粉和大米的。

例如,5升装鲁花5S压榨花生油是99.8元,有的上面用透明胶绑着一瓶500毫升的鲁花红烧专用浓缩老抽王酱油,有的绑着一小瓶500毫升的食用油;5升装的福临门天然谷物调和油是48.4元,绑了一瓶300毫升的……

在长乐路的好又多超市,促销活动也不少,不少食用油前面贴着黄色星形的促销标志。同样,也有不少油采用捆绑赠品的方法促销。例如,5升装多力葵花籽油是69.8元,上面还绑了一小瓶400毫升的橄榄葵花油;5升装福临门天然谷物调和油是53.8元,绑了一瓶300毫升的。

另外,该超市还有好几种油用了“买得多,降价更多”的销售策略。例如,两瓶连在一起销售的5升装豆维家大豆油是86元,这种油超市原本卖每桶43.8元,两瓶一起买可以优惠1.6元。

采访中,上述一些食用油品牌的促销员告诉记者,“最近的促销力度确实大,还不都是为了竞争?”有的促销员直言不讳地说,这次主要是金龙鱼带头喊涨价的,但是“雷声大雨点小”,哪家都不敢轻易跟风。

没扛住,“领涨”的金龙鱼也促销

不过,“带头”的金龙鱼也没有“扛住”。几乎各大超市的食用油促销台上,都同样能看到金龙鱼的影子。例如,在丹凤街金润发超市,5升装金龙鱼食用调和油是52.3元,绑着一袋680克的东北大米;5升装金龙鱼玉米胚芽油68.9元,绑了一小瓶900毫升的;5升装金龙鱼AE纯香菜籽油49.9元,绑着一袋豆奶粉……

在长乐路的好又多超市,金龙鱼也加入了“买得多,降价更多”的行列,两瓶绑在一起的2.5升金龙鱼阳光葵花籽油在促销标签上写着:“第一件36元,第二件五折18元,二瓶合计54元。”标签上还有一句手写的:“最后一天”。

“同行都搞促销,哪家敢不搞?”一位促销员说,“其实有的油表面上涨了两三块钱,这么一送,还不是一回事嘛!”她坦言,现在的消费者“很现实”,你不送东西,人家扭头就走,“哪怕就送一包餐巾纸也行。”

愈演愈烈,促销力度还在升级

看得出来,与前两天相比,食用油的促销规模明显升级。就连一些价格相对昂贵的油,如欧丽薇兰特级初榨橄榄油也出现在促销台上,这种油250毫升的是29.9元,750毫升的卖89元。但是,消费者却并不买账。一对老夫妇看过油价后,老先生跟老伴说:“比了一下,跟其他超市也没差太多,咱们就不要再多买了。”

对照热火朝天的促销场面,消费者的判断力显然增强了,更加理性。也正是这样的原因,促销力度仍有愈演愈烈的趋势。

例如,在丹凤街金润发的食用油货架上,记者看到,5升鲁花5S压榨花生油99.8元,赠品有两种:一个是500毫升的鲁花酱油,一个是500毫升的小瓶鲁花花生油。奇怪的是,有的5升装大瓶上绑了其中一个,有的竟然两个都绑了,而且还同时在售!一些顾客看得摸不着头脑:“莫非食用油促销太多,搞晕了?”

促销员告诉记者,其实两种促销都有,都是厂家“绑”好的,第一批是绑了一个,第二批来时就绑了两个,促销力度更大了。

商家不愿跟着厂家涨

“很明显啊,这是厂家向消费者‘邀宠’呢!”南京某超市粮油部负责人对记者说,作为商家,从吸引人气的角度出发,他们并不想涨价,“去年油价那波大涨行情,其实我们的销售额没增加多少,还失去了不少顾客。”

其次,他认为这么多食用油企业,“行业内部就不团结”,不太容易出现“说涨一起涨”的现象,“光我们超市就有七八个食用油品牌,金龙鱼说要涨价,不久前我们刚和好几个厂家沟通过,没有一家明确说要涨,都说‘再看看’。”目前食用油的成本虽然有所上涨,但是还没到零售价非涨不可的地步,“在大家都能承受的情况下,谁的价格保持稳定,谁就能争夺更多的市场份额。”该负责人透露说,这也正是为什么近期他们接到这么多食用油厂家促销申请的原因

物价部门密切关注油价变动

“喊涨风”暂且不了了之。尽管占据了大多数市场份额,但是金龙鱼这次并没有“撬动”整个行业的总体售价。相反,在“喊涨风”短暂地掀起了一小轮“抢购潮”之后,同行的“背道而驰”却令其陷入了“幕后推手”的尴尬角色。据称,杭州市物价局正拟调查金龙鱼该市总代理是否存在哄抬物价等违法行为。

记者昨日就南京市场情况采访南京市物价局时,有关人士对记者明确表示,“正在密切观望与关注食用油市场的价格走势”,相关价格监测工作也有所加强,“如果出现整个行业联合哄抬价格的现象,将立即介入调查。”

南京市物价局称,通过眼前这次油价风波不难看出,食用油已经是一个开放的、竞争充分的市场,而且产品定价也是完全市场化的。如果一家企业因为成本上升而上调自家产品的价格,那么这只是企业行为,但是如果只是从获取更高利润空间的角度出发而涨价,消费者将会“用脚投票”,任何一家企业都不可能独霸市场。到头来,宣扬涨价的企业只能是搬起石头砸自己的脚。

另外,如果整个行业联手涨价,带动食用油市场总体价格出现异动,则涉嫌违法,物价部门将会介入查处。但是从现行的市场格局来看,食用油企业要想这么“团结”,也几乎很难做到。

快报记者 郑春平 实习生 刁艳阳