

B2 雪花缘何大举收编二线品牌

因为近年来在并购和扩张过程中一马当先，似乎啤酒市场的风云变幻都缺不了华润雪花的身影，每一次并购里都少不了雪花的传闻。业内公认，这些并购的主导者是华润雪花啤酒营销中心总经理——侯孝海。

B3 三大运营商“宽带大战”日趋白热化

随着又一个国际电信日的到来，运营商之间的“宽带大战”也日趋白热化。在3G大战背后，关于WLAN的暗中较劲也越来越明显。移动互联网和智能手机的普及，给运营商带来了海量的数据流量。

B3 卓越亚马逊深化品牌扩张战略

随着消费者需求的转移，电子商务、网购已在市场上大行其道。为更好地满足消费者的需求，中国最大的正品网上综合商城卓越亚马逊日前不断扩充商品种类、深化品牌扩张战略。

标识5瓦的节能灯实际功率超标 面对索赔呼声

飞利浦强势回应：节能灯费电赔不了

本报记者 孙聪颖/文 田艺/漫画

一向宣称“追求优质生活、细节彰显品位”的荷兰家电巨头飞利浦这一次让消费者失望了。在被曝光节能灯不节能之后，面对消费者的赔偿要求，飞利浦方面仅承认产品能耗超标，但表示“产品无安全隐患，公司不会赔偿”。

飞利浦上黑榜 凸显行业乱象

通常，节能灯耗电量只相当于普通白炽灯用电量的1/5—1/4，大大节约了能耗。在国家鼓励低碳节能的大背景下，涌入这个市场的企业越来越多，但检测显示，市场上的节能灯并不像想象中的那么省电。

向来被飞利浦引以为傲的照明节能产品在今年3月底登上了北京市消协的黑名单。飞利浦一款标识5瓦的节能灯，12个样品的实际功率均在6.1—6.4瓦之间，超标22%—28%。

随后，飞利浦表示道歉并进行自查，并发现，2010年10月前飞利浦照明生产的节能灯某些批次产品出现问题。飞利浦已经将未售出的产品全部撤出卖场或专柜，而对于售出的问题产品，同意消费者退货。但这一事件至今仍

未画上句号。

企业称不是安全问题 不赔偿

不少消费者对于飞利浦只道歉不赔偿的方式并不认同，索赔的呼声越来越高。有消费者表示，一款节能灯售价不高，即使可以更换合格产品，消费者也不一定会费尽周折去更换产品，但是虚标能耗的行为构成一种消费欺骗，不赔偿对消费者来说很不公平。

然而时至今日，飞利浦方面仍未对赔偿做出任何承诺。飞利浦照明公关经理胡征宏向记者表示：“未对消费者采取赔偿是因为产品并不存在安全问题。我们已经根据公司的实际情况出台了快速有效的解决方案，那就是对有问题产品进行更换。”

对此，家电分析师刘步尘认为，产品虚标能耗欺骗了消费者，让消费者

高价购买不节能的产品。企业若不对消费者进行相应的赔偿，就严重伤害了消费者的利益。作为一个国际化的大企业，若考虑企业的声誉，为今后的长远发展做打算，飞利浦应该对消费者做出相应的承诺。

监管缺失 致使问题频出

为什么大品牌产品还会出现如此严重的质量问题？业内人士普遍认为，这都是监管缺失惹的祸。从节能灯构造来看，一个完整的节能灯包括灯管、灯头、塑料件及电子元件在内的多个零部件。目前，这些零部件的生产散落在中国各个角落。飞利浦的原材料来自不同资质的厂家。飞利浦的代工企业有



浙江阳光照明、横店得邦以及杭州飞华等公司。

“飞利浦找到的代工业企业，并不是个个都具备实力，并不能保证产品的质量。”曾为飞利浦做过少量贴牌业务的广东雪莱特照明公司市场部副部长魏志权此前曾向媒体透露。

广东省照明电器协会会长郭修也表示：“产品质量出现问题，归根到底，是因为节能灯市场规模大，但进入门槛太低。没有资质的代工企业进

入这个市场，引发了质量危机。”

不过，飞利浦并不认同对代工业企业监管缺失的说法。胡征宏向记者强调，飞利浦的照明产品并不是代工生产。这些企业都是飞利浦的合资企业。

对此，刘步尘指出，是合资企业也好，是代工也好，这都不能成为产品出现问题的理由。如果大的企业不加强监督和管控，产品质量频频出现问题，将丧失消费者的信任。

稀土涨价 致原料“调包”

节能灯的主要原材料荧光粉来自于稀土。自2010年11月份至今，稀土价格成倍增长，最高涨幅达124%。在稀土价格的传导下，作为灯管重要原料的三基色粉（即稀土粉）的价格也一路水涨船高。稀土粉的用量多少，直接决定了灯管的质量和成本高低。

一位业内人士向记者透露，现在许多企业开始用卤粉替代稀土粉。卤粉是一种比稀土粉价格低廉、品质却差的原料。“如今，小一点的企业也开始用卤粉做替代品，大一点的企业则使用比例较低的稀土粉混合荧光粉。”

这无疑为质量“隐患”埋下了伏笔。外包生产厂家无法从加工费中获取利润，自然会选择通过降低原材料成本获取利润，而稀土价格的上涨更进一步挤压了代工厂的利润。业内人士指出，原材料上涨，代工厂担心丢掉客户只能默认拿单下来做，背后偷工减料来应对成本压力。

一周产经评论

“昨日重来”的铁矿石指数

韩哲

青山遮不住，毕竟东流去。抵制了两年的铁矿石价格指数，如今还是要上马，却仓促了许多。

据媒体援引一位知情人士的表述，此前一次内部会议上，国家发改委当场要求中国钢铁工业协会（中钢协）尽快拿出中国的铁矿石价格指数，以加强在铁矿石价格谈判中的话语权。据悉，中钢协在今年6月就将推出国内矿价格指数，而后还将推出进口矿价格指数。

如果这是一部电影的话，最好的镜头

语言就是运用蒙太奇给“日照”一个特写，相信这表情一定五味杂陈。

2009年5月，日照当地的5家民营铁矿石贸易商与日照联合矿石商务公司、山东龙鼎电子商务股份有限公司联合成立国际铁矿石（日照）交易中心有限公司。公司总经理拜文汇曾表示，希望用5年时间将日照指数打造成一个属于中国的铁矿石风向标。不过，该公司仅挂牌15天便被中钢协、五矿商会和相关政府部门叫停，理由是涉嫌铁矿石炒作。

在铁矿石谈判最为胶着的2009年，中钢协一心只要长协矿，任何偏离长协矿的尝试都被当作异端而予以处罚，现在被证明是自废武功。中钢协可以举出1000个理由来证明铁矿石价格指数对中钢企的不利之处，但有一个理由就可以将这1000个理由推翻：这是铁矿石定价的趋势。

当时明月在，曾照彩云归。中国的铁矿石价格指数，起步本来就晚，还用两年时间去打了个“酱油”，搞得自己不仅

在铁矿石议价权上没有一点还手余地，甚至都不知道怎么玩。事实上，铁矿石价格指数已经不是“玩还是不玩”的问题，而是“早玩还是晚玩”的问题。毕竟，长协矿再好，已经跟不上形势了，而形势永远比人强。

既然要玩铁矿石价格指数了，就胆子大一些，步子迈得开一些，不要往前跨一步，还想着要不要往后再退两步。还有，把铁矿石价格指数交给中钢协去办，靠谱吗？