

重视消费者保护问题,将消费者合同法融入现行合同法并使其成为一种典型合同。明确将经营者对消费者违反法定告知义务,或者采取其它对消费者的欺诈行为,作为构成经营者违约过失责任的法定事由之一。

——全国政协委员、民革四川省委副主委张庆成

液晶面板实施垄断、整机面板宣传造假

三星电子：泯灭的良心

■ 本报记者 许意强

作为全球液晶显示领域的龙头企业,三星电子给全球的同行带了一个很坏的头。

在当前“中国企业纷纷学三星”的热潮下,三星电子却在全球及中国市场上频频陷入“被质疑、被指责”的漩涡中。《中国企业报》记者看到,早在多年前完成对全球液晶显示产业的全产业链布局的三星电子,在牢牢占据全球液晶显示面板、全球液晶电视、全球电视显示器等多个领域市场份额首位背后,还存在以“价格垄断”等不正当手段,侵害全球位于下游产业中产品制造商、购买者的利益。

日前,三星电子在中国市场又被爆出,旗下销售的高端液晶电视宣传“三星原装”有欺诈消费者的嫌疑。原因是一段期间内,三星电子在家电卖场中标注的“三星原装黑水晶面板”更改为“黑水晶面板”,撤下“三星原装”字样,暗示前期宣传存在不实。

至今,三星电子未对此事给予社会和公众以“合理解释”。不过,《中国企业报》记者获悉,早在2006年三星等外资曾被投诉“用台湾屏伪装三星屏化身高端大打价格战”,随后三星承认“在低端产品系列上使用台湾屏”。

家电专家于清教指出,“三星电视无论是采用台湾屏,还是三星屏,都无可厚非,但不能利用企业的制造优势,形成对市场和消费者知情权的伤害。更不能为追求市场利益最大化,以虚假宣传等欺骗手段伤害侵占市场和消费者利益。”

如此来看,绝对市场份额下的全产业链布局,在推动企业抢占更多市场份额同时,还成为企业顺手“垄断”向下游的制造商和用户谋求不正当利益时提供巨大便利。

三星电子未对此事给予社会和公众以“合理解释”。不过,《中国企业报》记者获悉,早在2006年三星等外资曾被投诉“用台湾屏伪装三星屏化身高端大打价格战”,随后三星承认“在低端产品系列上使用台湾屏”。

三星电视无论是采用台湾屏,还是三星屏,都无可厚非,但不能利用企业的制造优势,形成对市场和消费者知情权的伤害。更不能为追求市场利益最大化,以虚假宣传等欺骗手段伤害侵占市场和消费者利益。”

如此来看,绝对市场份额下的全产业链布局,在推动企业抢占更多市场份额同时,还成为企业顺手“垄断”向下游的制造商和用户谋求不正当利益时提供巨大便利。

垄断下的直接利益掠夺

垄断,与龙头企业是一对“形影不离”的兄弟。

在三星电子完成对全球液晶显示面板产业的布局之后,以利益为导向建立“液晶面板利益共同体”,最终对下游的制造商和终端消费者形成“价格垄断”,从而避免“液晶显示面板市场价格走低、实现企业投资利益回报最大”目标。

自2008年美国旧金山法院发起以三星电子、LG电子为首的全球主要液晶面板生产企业的垄断调查后,欧盟反垄断监管机构欧盟委员会也对三星电子等展开相关调查。去年,韩国公平交易委员会(FTC)以共谋操纵市场价格为由,宣布对三星电子、LG电子等亚洲液晶面板制造商予以1940亿韩元的罚款,罚金创韩国史上最高。

2010年,美国旧金山法院裁定三星电子、LG电子、夏普等全球液晶面板巨头合谋操纵价格,导致下游企业、消费者支付较高费用。法院认定,在1999年到2006年间,不管直接购买液晶面板或是间接买入液晶电视、显示器等产品的客户与消费者,均可以对这些面板制造商提起诉讼,要求赔偿。这一面板价格垄断案至少影响到上百万美国消费者,他们使用的电脑、手机、平板电视等许多家电都因为包含涉案元件而受到损害。2011年,三星电子、夏普以及其它6家液晶面板制造商,同意支付3.88亿美元的罚款,以了结液晶面板采购商



本报记者 林瑞泉/摄

巨大的利益诱惑让人可以迷失双眼、丧失自我,同样也会让企业的良心被泯灭,迷失在丧失自我的迷雾中。当前,在“全球企业学三星”的热潮下,我们还需要警惕“三星模式”背后隐藏的“战略危机”:在这个“起步于紧盯式模仿创新、谋求短期利益最大化为导向”体系战车中,过度强调以前瞻性布局驱动当前发展、过度强调全产业链布局谋划绝对话语权,关注速度胜过责任、关注自我超过社会。

在美国旧金山联邦法院提起的集体诉讼案。

此前,在欧盟对韩国LG电子等5家液晶面板生产企业合计处以6.49亿欧元罚款中,虽然三星电子也参与实施液晶面板价格垄断行为,但欧盟委员会披露:三星

电子对这一价格操纵行为进行揭发,最终免于罚款处罚。

由于全球液晶面板显示产业主要掌握在以“三星电子、LG电子”为代表的少数几家企业手中,一旦他们形成利益共同体,很容易对下游的相关产业和消费者造成影响。有国内液晶电视企业人士向《中国企业报》记者透露,“过去几年液晶面板占到整机成本50%—60%之间,最高达80%以上,尽管全球液晶产业竞争白热化,但液晶面板价格一直较为稳定。处在下游的整机制造企业并没有议价能力。根本不敢要求降价,反而是这些供应商不时借机涨价,只能敢怒不敢言。”

在全球液晶显示产业的“价格利益同盟”中,三星电子显然是“功不可没”。一方面,通过“利益同盟”对下游制造商和终端用户造成利益伤害;另一方面则主动揭发价格同盟联合控价避免反垄断机构的处罚。

在于清教看来,“三星电子的这些行为,就是典型的利用自身对市场的支配地位,在全球液晶面板显示产业形成‘拖拉斯’,垄断行为表面上损害的只是面板采购商,如电视机、电脑、手机等制造企业的利益,最终伤害的还是终端用户利益。”美国旧金山法院明确指出,“液晶显示面板或是间接买入液晶电视、显示器等产品的客户与消费者,均可以对这些面板制造商提起诉讼,要求赔偿。”

隐形下的消费安全伤害

垄断下的蛋,个个是臭蛋。

日前,三星电子在中国市场上,突然将产品宣传的“三星原装黑水晶面板”中“三星原装”字眼撤换,暗指此前销售的“三星原装黑水晶”液晶电视存在虚假夸大,涉嫌冒充“原装屏”抬高产品售价。

此前,夏普液晶电视在中国市场销售过程中,一直主打“日本原装”概念,并在高端液晶电视领域确立绝对优势。有市场分析人士指

出,“三星原装,意在借鉴夏普的‘日本原装’定位,确立在高端上的产品竞争优势。”

其实,三星电子在中国液晶电视市场上的“虚假宣传”并非首次。早在2006年,三星电视就存在“用台湾屏伪装三星屏”,从而借助“三星高端形象”直接参与国内市场的价格竞争。

长期以来,由于全球液晶显示面板产业的“市场集中度高”,主要集中在以三星电子为代表的少数企业手中。这种垄断,一方面直接导致下游的制造企业都不敢轻易得罪,只能承受上游企业的“涨价”行为;另一方面,液晶屏生产基地等商业信息被高度不透明,并成为企业调节市场竞争的重要手段。三星电子这种全产业链布局下的垄断不只是体现在产品价格上,还包括对商业信息的高度不透明,直接带来的是消费者短期和长期利益遭遇重创。

在浙江万里学院客座教授冯洪江看来,“如果三星电子带领下的面板价格同盟被提前瓦解,全球液晶电视、液晶显示器、手机等产品的价格会降得更快、降幅更大。”在三星电子的这一“大规模、高度全产业链”商业竞争格局下,表面上的受益者消费者,将成为最终受害者。

与此前企业在“产品质量、服务质量”不稳定、不可靠,对消费者造成的直接利益伤害不同。当前,三星电子无论是在上游液晶显示屏业务上形成的“价格同盟”,控制液晶面板价格走势,避免价格走低,还是直接面向终端用户,在液晶电视整机上利用“三星原装”字眼展开的虚假宣传,这正在对终端消费者形成一种新型、隐性“消费安全”伤害。

于清教指出,“三星电子通过市场支配地位形成的‘产品价格和商业信息’控制,给消费者带来的利益更为隐蔽和巧妙。从某种程度上看,三星电子的这种行为还会引发市场新的不公平竞争。”

产品良心被泯灭的三星电子,到底将走向何方?我们拭目以待!

立邦漆售假事件 折射代理模式之痛

(上接第二十三版)

北京一位长期从事家装业的张先生在接受《中国企业报》记者采访时表示,与国内其他涂料品牌相比,近些年立邦漆一直采取高速扩张策略,为了扩大市场份额,立邦不断给经销商“压货”,这也符合一般代理制的特点。作为相对方,加盟商为了完成授权方的任务,在这场游戏中不被清除出局,只得不断压低价完成任务。

张先生认为,“在长期低利润下,部分经销商开始采取不法行为,以售假来换取利润,保住代理资格。”

有不愿透露姓名的家具行业专家认为,受国家调控政策影响,市场不景气,从去年起立邦销售增幅放缓,多年来第一次增长在10%以内。高压下难免会有部分经销商采取售假等行为,这种现象几乎成为行业的潜规则。

吴佳伦也表示,目前立邦与经销商采取一年一签制。这意味着经销商如果不能满足立邦的要求,第二年就可能被清除出经销商系统。

“建材涂料经销商在生存和经营的压力下铤而走险,是涂料品牌授权代理中的潜在风险。”张先生向记者介绍,由于立邦在中国全部采用代理制,已经扩张到了5000多家经销网点,对经销商管控难度极大,相应的风险也极大。

吴佳伦称,立邦中国在选择代理商时,会对其资金、开店能力、服务经历等综合考虑,并根据其过去一年的销售情况每年签约一次。立邦与代理商之间存在合同关系,但代理商开设的专卖店员工并非立邦员工,因此立邦中国对其不具有管理权。

虽然如此,吴佳伦认为,由于中国市场太大,掌控难度很大。

据记者了解,国内授权品牌对经销商的约束主要体现在合同上,而对于代理商的售假等违约违法行为,授权品牌一般很难做出监管。不仅是立邦,国内另一家涂料品牌多乐士也采取代理制,也面临对众多加盟商的管控难题。

上述张先生向《中国企业报》记者介绍,我国经销商的发展按经营管理水平高低分为几个管理阶段:一是管理原始的夫妻店阶段;二是有最简单规章制度的随意感觉阶段;三是一般管理制度阶段;四是规范化管理阶段;五是最初现代企业经营模式阶段。而目前我国涂料经销商绝大部分仍处在夫妻店管理阶段,只有极少数部分达到规范化制度管理型阶段,初具规模企业的管理雏形。

不过张先生认为,代理经销商管控难是现实问题,作为品牌授权方不能听之任之,发现问题必须第一时间做出反应。“功夫应该用在平时,企业应加强对代理商的培训,既包括经营管理培训,也包括法律法规的培训,尽量将危机消灭在萌芽状态。否则由于代理商的不法行为出现问题,品牌企业势必受到伤害”。

直营 VS 代理,优劣难分

“对授权企业来讲,采取加盟连锁店方式好处多多,借助中间渠道,一方面可以加快产品上市时间和资金回笼;另一方面缓解资金压力,企业将有限资金专注于产品生产和品牌推广。同时还能将触角伸向市场盲区,特别是对二、三级市场的有效渗透。”浙江瑞建五金公司负责人禹进坤在接受《中国企业报》记者采访时介绍,大多数处于创业期或打入中国市场的企业,为了快速打入市场,代理制成为其首选的营销模式。

然而,代理制也存在天然“硬伤”,主要表现在,厂商利益博弈严重,促销活动和形象建设执行难,品牌忠诚度低,价格随意性高,恶性竞争严重。目前国内投资环境、法律环境、道德环境不完备,如果企业缺乏对加盟店支持和管理的能、精力,加盟店容易发生违反规定自行采购以及假冒侵权事件。

采访中记者了解到,随着目前竞争的愈演愈烈,各行业利润日益透明,经销商利润不断降低,由此衍生了经销商做假、厂商矛盾对立等等。为了化解压力,不少企业开始尝试发展直营店。

专家介绍,相比较代理制而言,直营模式有其独有的优势。首先,由于直营店实行统一管理,货品上得快,产品种类丰富,能更好地宣传企业形象和展示企业实力;其次,直营店采取纵深式的管理方式,绕开了中间环节,直接面对消费者,实现了渠道扁平化,可以赚取较高利润;另外,企业对直营店拥有直接控制权,便于管理,不至于出现对加盟商的监管问题。

“当然,直营模式也并非完美无瑕,自身也存在不少缺陷:一是依靠企业尤其是初创企业自身实力,资金压力很大;二是扩张速度慢,全靠自身直营一家接一家开,肯定拼不过同行业;三是自营库存过大极易导致现金流出现问题。”禹进坤对《中国企业报》记者表示。如果一个企业本身实力和管理水平较低,却大规模启动直营模式,战线过长,实力分散,企业易陷入困境。

两种方式也都有其明显的优劣势,直营还是加盟代理?的确是摆在连锁企业面前的重要选择。

禹进坤向《中国企业报》记者介绍称,除加盟或直营外,其实企业还有其他中间选择,“比如兼收加盟与直营之长的控股型直营也是目前多家大企业采取的方式。连锁企业与加盟商合作投资门店,连锁企业占大股,控制门店管理权。”

据记者了解,2011年6月,一则“昌平一家同仁堂旅游药店,采用欺骗手段将来源不明的中药标高价卖给外国游客”的消息令北京同仁堂这个百年老字号蒙羞。虽然涉事加盟药店只是同仁堂旗下1500多家药店中不起眼的一家,却让同仁堂300多年苦心经营积累下来的品牌形象受到影响。

日前记者了解到,同仁堂在原有的46家商业加盟店中,除因“宰客”事件而被曝光的南城天汇药店已被摘牌处理外,1家合同到期自然终止,另有6家不符合同仁堂品牌和文化要求的被终止加盟合同,其余的38家加盟店则计划被重新组建为18个合资控股子公司,成为同仁堂的直营店。

立邦漆售假事件发生后,《中国企业报》记者采访了立邦中国相关负责人。该负责人告诉记者,立邦已对报道内涉案经销商进行调查,并发表致歉声明,联合经销商做出“假一赔十”承诺。同时在其官网刊发声明,呼吁消费者“勿知假买假”。

实体经济江苏样本：“没听过有老板跑路”

(上接第二版)

不过,中小企业在政府采购中也遇到一些困难,“融资难”是其中之一。据了解,有些中小企业中标后,由于没有资产抵押或担保,难以取得银行贷款,只得向其他企业临时借款,致使成本较高,利润空间很低。有的甚至因缺乏流动资金,不能顺利履行政府采购合同。

在江苏省财政厅的多方沟通

翰旋下,中国民生银行南京分行和江苏省信用担保公司携手推出了专门针对中标政府采购项目的中小企业贷款的绿色专用通道——政府采购融资易贷,正式揭开了江苏省借助政府采购平台、协调金融担保机构,帮助中小企业拓展融资渠道的序幕。

政府采购融资易贷的具体做法是:凡具有政府采购入围资格的企

业均可在民生银行办理政府采购融资贷授信申请,贷款由江苏省信用担保公司统一提供担保,企业只需向银行提供相关资料,无需支付任何成本,即可取得相应的预授信额度,一年内循环使用。中小企业一旦获得中标合同,并与担保公司签订担保合同,银行即刻放款,以保证客户安全、高效地履行政府采购合同。中小企业还可以根据采购单位回款

情况自主选择还款或额度循环使用,争取有更多机会参加政府采购项目的投标。

而鼓励中小企业直接融资成为江苏省政府的另一个工作重心。此前,江苏省发改委与江苏省再担保公司举行了政保合作签约暨中小企业集合债券启动仪式,共同推动中小企业集合债券发行工作,拓宽中小企业直接融资渠道。