

企业年礼调查: 不送不踏实,方式更隐蔽

本报记者 王瑞梅

年终岁末,企业四处送礼打点已成每年不可缺少的戏份,但今年有所不同。从进一步改进作风、密切联系群众的“八项规定”到《党政机关厉行节约反对浪费条例》和《党政机关国内公务接待管理规定》,中央下发的一系列文件均再次重申了“禁止收礼”。

2013年11月,中纪委发布通知,严禁公款购买、印制、寄送贺年卡等物品。在一片叫好声中,也有企业负责人暗自叫苦:不送礼心里始终不踏实,担心来年生意受影响。

正方:“规则下办事, 不送礼心里坦然了”

湖北怡莲阳光丝绸公司董事长彭善超在接受《中国企业报》记者采访时表示:“大家都在这个规则下,心里就坦然了。以前年终送礼是个大负担,担心别人都送自己不送,怕丢了生意。现在对于我们来说既能节约时间,又能省钱,本来就没有精力搞这些事情,这样就更简单了。”

彭善超还经营着一家公司叫怡莲礼业。中央政策发布后,有关节日礼品的生意骤降了4成。但彭善超还是赞成这个政策,并认为礼品公司转型也是大势所趋。怡莲礼业目前的经营侧重点已经放在银行等客户的积分福利和促销品提供上。

在素有“台挂历之乡”之称的浙江义乌和苍南,不少商家均表示销量大降,这背后是党政机关、事业单位等会议不再发放礼品。

一位微博网友说,往年临近春节,各类农产品价格都会出现微涨,而现在肉蛋等价格却不同幅度下降。除一般影响供需关系的条件外,政府加大整治腐败力度尤其是严厉查处过年送礼之风,估计已经传导到市场,影响了此类农产品的价格。

众多企业负责人纷纷为八项规定叫好,认为现在不送礼心里坦然了,企业也少了负担,节约了精力。



CNS供图

反方:“不送礼不习惯, 绞尽脑汁表心意”

“企业年终的送礼支出不会少,最近还有企业公关专员联系我,要请我吃饭,带点年货,被我拒绝了。这肯定也属于送礼支出吧,不一定非要送官员。”一位媒体人士表示。

微博网友“彭丁70”表示,单位领导年终有四件大事:一,向上级汇报工作别忘送礼;二,拜望当地政府别忘礼品;三,请当地银行行长、税务局长聚餐并递上一份“奖金”;四,给当地派出所送去一份厚礼。“搞定这些,明年企业的生产工作就省心啦!——这是领导的秘密”。

在很多企业为国家刹送礼之风叫好的同时,也有相当多的企业表示,不送礼不方便联络感情,因此绞尽脑汁要送礼。

据此前报道,有记者辗转拿到一家知名家电企业的“2013年中秋客户关系维护计划”。该计划显示,今年送礼范围不仅没有缩小,反而在春节“公关维护”的基础上有所扩大,涉及北京、上海、广州、南京、成都等5个区域,总计人数360人,其中仅某一个机构部门就需要送出280多份礼物。

更有网友发帖求支援,如何给客户送礼,如何打点关系。

著名投资家张佳豪称:“食物、购

物卡、字画等,送礼方式很多。这是几千年来的一种风气,慢慢演变成了官员企业家交易的一种方式。上有政策,下有对策,中央推出政策,冠冕堂皇的酒店生意下滑了,但是兴起了很多私人会所,机关兴起了高官食堂。现在不像以前那样赤裸裸的大包小包。”

道高一尺,魔高一丈。有企业负责人表示,今年年终送礼的支出不会少,送礼歪风很难治理,症结就是送礼面广、数量大,很难查处。“绝大多数都在500元至2000元之间。这个数字,调查起来很困难。”

趋势:电子商务 让送礼更隐蔽

电子商务的发展,让送礼收礼也变得更为隐蔽。

中欣卡是一种比普通购物卡更为实惠方便的卡。销售人员表示,卡有记名和不记名两种,年底是购卡高峰。该卡可在北京3700多家商户进行购物、餐饮、娱乐等消费,还能享受汽车加油、公共事业缴费、网上购物、手机充值等服务,只要订购就可送货上门。

此外,不记名的超市购物卡、商场购物卡品种繁多,中石化也有不记名的1000元加油卡。这些操作方式,让送礼比以前更为隐蔽。

京东商城的电子礼品卡也成为

高压禁令下的“送礼神器”。京东电子礼品卡的最高面值是1000元,无需实名登记,同时,双方不需要见面,只需网上汇款、发送卡号密码即可,发票明细没有限制。

京东商城回应称:发票内容以消费者购买的产品为依据,网络单次购买礼品卡的金额也有限制。但有记者调查发现,这些限制都很容易突破。

礼品卡在网络销售也十分火爆。有营销人员在接受记者询问时表示,可以开成办公用品等,“您说什么,我就开什么。”一位企业负责人说,以前还担心送的礼品不合对方心意,而现在就更简单了,凭借礼品册、电子购物卡等可以随心所欲地购买自己喜欢的东西。

“作为企业家如果办事不被压制,谁也不会想着办法去送礼。”张佳豪说。“办事很难,中国的法律、政策都有很大的弹性空间。企业要做大一点,都少不了和政府部门的联系,同样办营业执照,一个月办完还是一天办完,并没有明确规定。如果大家办事都顺利,谁会挖空心思去送礼。”

从根本上解决问题,营造良好的市场化的环境,职能部门要有合理透明的监督。“为什么要送,肯定是企业的发展过程中遇到很多阻力。”张佳豪说,要从根本上解决问题,深入了解送与被送的原因,才能形成良好有序的市场环境。

线上火爆线下冷清: 火车票代售点面临转型

(上接第一版)

该负责人同时透露,12306网站开通后,排队的现象已是凤毛麟角,淡季每天平均只能卖五六张票,春运期间每天销量略涨也超不过100张。“目前开设了学生票网络订票取票免费的政策,收益更加惨淡。为节省成本,代售点只雇佣了一名售票员”。

该负责人说,他的售票点处境在整个行业中尚处中上游。因为他和所在的酒店有内部协议,除50万元注册费外,其余成本低廉。“网上售票对那些租门面的代售点影响更大”。

1月15日,记者以购票者身份来到了位于北京市朝阳区裕民路上的一处以租房为办公和售票地点的火车票代售点,虽然处于春运前但这里非常冷清,从到达至离开始终只有记者一人。

当记者问到为什么春运前还会如此冷清时,该售票点负责人并不愿意承认销售量的滑落,“已经过了高峰期,年前回家的车票差不多都买完了,所以现在人少”。

但最终该负责人还是表示,“生意比以前差远了,虽然我这里是二楼,但以前春运的时候到我这里买票

的人要排到大街上去,现在不行了。”

一个售票点的经济账

“朋友给我的方案是他们那边提供售票机,其余的成本如办公售票地点和人工等由我负责。每张票的手续费是5元,他分走2元给我3元。”程女士向记者表示。

而关于程女士的想法,上述负责人表示,挣钱比较困难。

关于开办一个代售点的成本他给记者算了这样一笔账:“现在开一个新的代售点,售票机就要30万元,给铁路部门的押金要十几万元,这就快50万元了,再加上人工、水电等不是一笔小数目。如果自己没有地方需要租用场地,那么成本就会更高,就拿我这个10平方米左右的地方来说吧,虽然不临街还是二楼,每年的租金也要5万元,如果是一楼的话起码要10万元。”

随后,他又将每张票的价格构告诉了记者,“票面上的价格根本不用想,都是铁路部门的,我们只能去赚那5元手续费,而且这5元手续费只有从我这里买票才能全部拿到,如

果是网络购票后在我这里取票,虽然也有5元手续费,但其中有一部分是铁路部门的。”

“对于一个售票点来说,售票机是最重要的,有了售票机才能卖票,其实在跟铁路部门申请售票机时并不需要费用,但现在新的售票机不再批了,要开新的代售点只能从之前有售票机的人手中转让,整个北京范围内属于代售点的售票机有1500台左右,以现在的市场行情,一台售票机的转让费大概要30万元。”上述负责人表示。

冷清或倒逼转型

上述负责人告诉记者,他从事代售点业务已经很长时间了,之前销售火爆,他的售票地点也选在写字楼里,但由于成本太高而销售量的下降,不得已从写字楼搬出。

该负责人同时表示,“虽然受网络售票的冲击很大,但由于我干代售点很长时间了,攒下了一批固定客户,全年平均下来每天的销售量还是能达到100张左右。如果是新开的代售点,每天也就能达到二三十张,如

果是这样的话,可能连‘坐’都坐不住。投资后估计利益得不到保障。”

而得到了这些消息,程女士表示,是否要投资干火车票代售点,需要再考虑考虑。

1月16日,记者又来到了北京市海淀区中关村地区的某代售点,该代售点工作人员告诉记者,“已经干了7年了,以前春运的时候队要排到楼外面去,而今年的生意实在不好,每天就卖二三十张票,等过了年把售票机找个合适的机会处理掉,不想再干了。”

记者将全国火车票代售点网站上每个省份的代售点数量相加,得到的结果是5889家,接近6000家。

面对火车票代售点业务的日益冷清,一些之前从事此行业的企业开始转型。

之前有媒体报道,为了扭转目前的经营困境,部分铁路代售点正在向航空协会申请一级代理权限,有望在出售火车票的同时,兼售飞机票。

对此铁路相关负责人在接受媒体采访时曾表示,“今后,上海可能会出现一批多功能代售点,旅客可通过它们买火车票、飞机票、福利彩票,甚至代缴公共事业费。”

延伸

天价年夜饭不见 拖累海鲜批发

本报记者 张博

年夜饭是一年之中餐饮消费的重头戏。近日,《中国企业报》记者走访北京市内的全聚德、东来顺、丰泽园等餐饮企业以及建国饭店、王府饭店、北辰洲际酒店等大型酒店发现,高端饭店除夕年夜饭包间的预订率很高,不少企业的包间已经订满,甚至有的酒店除夕夜安排了两个不同的时间段,以满足更多的订餐需求。

与过去几年年夜饭价格节节攀升不同的是,在厉行节俭的风潮下,不少商家放低了年夜饭身段,套餐价格从几百元至两三千元不等,多数集中在1500元左右,人均消费也较去年下降了三成左右。

天价年夜饭难觅踪迹

北京东城区一家五星级酒店的负责人李先生向《中国企业报》记者表示,与往年不同的是,2014年他所在的这家五星级酒店推出的亲民套餐价格统一为1800元,而往年的年夜饭套餐价格最高为3000元。但他也向记者表示,如果有要求,也可以为客户“私人定制”高价年夜饭。

李先生向记者解释说,受中央政策的影响,今年高端酒店的经营情况都不好,不少星级酒店都对餐饮价格进行了调整,尽量按照百姓的消费来制定菜谱。因此今年出现“天价年夜饭”的可能性并不大,即使价格高也不会像往年那样离谱。

目前北京市场上高价年夜饭的情况主要分为两种,一种是包间的情况比较特殊,一般的包间是8—12人,每人按200元的标准,通常也就是2000多元的套餐。但是如果客户人比较多,需要20人的桌子,那一个套餐的价格要翻倍了。或是包间的位置比较好,例如某家酒店的几个包房可以俯瞰长安街,价格自然要比其他包间或者酒店高一些。

另外一种情况就是顾客自己对菜品要求比较高,希望上一些高档食材,这样的价格也就水涨船高了。李先生介绍说,他所在的酒店在2014年推出的降价套餐,基本仍按照以前的菜系设计,但确实减少了高档海鲜的使用。如果客人需要,像鹅肝、龙虾、燕窝、鲍鱼等菜品也可以根据客人的需求搭配。

李先生向记者解释,在往年“天价”年夜饭的套餐搭配上,必定会有龙虾、辽参、鲍鱼、燕窝的名字。但是,今年在酒店搭配的年夜饭套餐上,已经没有芝士奶酪焗龙虾、蒜蓉蒸龙虾等整只龙虾上桌的菜肴了。“你可以去对比一下各个酒店的套餐,要么是龙虾饭,要么是龙虾汤。如果含整只的澳洲龙虾,一桌饭价格立马上涨近千元。”李先生透露,2014年各家餐馆饭店的年夜饭套餐主要集中在1000到2000元之间,如果要加上整只龙虾,一桌得2800元起步;而含辽参的年夜饭,至少三四千元。

李先生说,其实如果想把宴席标准提高是很简单的。比如,日本极品鲍鱼普通点的也要3000元一只,如果是五头鲍,按现在年底的价格,估计要1万多元一只。而且从酒店的角度也希望每桌菜的价格能够上去,毕竟价格越高利润越高,1000元/桌的餐,利润只有30%左右;而万元一桌的大餐,收益则能超过50%。

高档海鲜批发商“压力山大”

年夜饭难寻高档海鲜迹象,海鲜批发商可是有苦难言。

在京深海鲜市场常年为几家高档酒店配送海鲜的王先生向记者表示,往年春节期间,生意火爆,有一半的订单是高档酒店贡献的,而今年酒店批发的订单接得很少。

马先生说,酒店采购的龙虾明显减少。“而且,今年美国大龙虾、澳洲龙虾的货源不太稳定。”马先生说,一时量少,价格略涨;一时量多,价格又会降不少。这两天,澳洲龙虾批发价差不多为每斤300多元,如果和去年同期相比,每斤至少跌了70多元。价格虽然降了,但销量却没涨,水产市场总体需求量更是少了一半,这个缺口大多源于酒店餐饮的缩减。原来,每家酒店每天能预订100多只大龙虾,现在每天每家能保住十只就不错了。“现在还没有提前预订年夜饭的龙虾订单,时间太早价格不稳定。”马先生表示。

马先生表示,龙虾、珍宝蟹、鲍鱼、鱼翅等高档海鲜生意越来越难做。批发市场鲍鱼每天的销售量只有5000斤,“单天卖出两三万斤的日子,已经好久没见过了。”记者发现京深海鲜实时鲍鱼价格显示,进口澳洲鲍鱼单只约1斤重,批发价为200元左右。而福建鲍鱼批发价60—70元/斤,一斤约5—7只。马先生表示,和往年相比,同规格的福建鲍鱼每斤下跌10—15元,跌幅约两成。

“近两年压力实在太大了,各种成本都在涨,唯一不涨的就是年夜饭价格。”李先生说。据他介绍,“近年来,人工成本、菜品制作成本大幅上涨,为了转嫁成本,各店家不断调高了年夜饭价格,因此,每年涨价已成为了一种习惯。不过,今年显得格外特别,很多同行热推年夜饭,不仅不敢涨价,还调低了10%—20%的价格。”由于春节期间要正常营业,因此人工就是很大一笔开销。即使按照目前的社会平均最低工资计算,一家拥有200多人的餐厅在过年期间的加班费等开销一天就要增加高达数万元。而过年期间不少食材价格还有一定程度的上涨,因此,餐饮企业在过年期间也是“压力山大”。尤其是今年整体行业不景气,“在价格下调的同时,还要保证团年饭的质量,这是一件很困难的事情。”李先生说。