

高档手表征收消费税影响开始出现,多个品牌酝酿涨价——

# 欧米茄全国率先涨价

**时报讯 (记者 邓雪灵)** 经过近一个月的观望,新的消费税制度对高档手表的影响似乎开始浮出水面。昨日记者获悉,广州销售的欧米茄开始涨价4%~4.5%,而路威名轩旗下的高档手表包括“真力时”也酝酿在6月1日或7月1日涨价。据悉,广东以外的温州等地,君皇、劳力士、积家、帝舵、摩凡陀等品牌也已涨价或酝酿涨价。

**涨价并非“试验性”**

据了解,广州地区的欧

米茄手表从5月1日起全面涨价4%~4.5%。欧米茄品牌中国市场部经理黄逊告诉记者,面对国内消费税的调整,欧米茄确实有明确的涨价策略。“这一涨价幅度并不是试验性的,而是固定下来的。”同时,他还表示,并不是说高档品牌每年都会进行调价,价格的调整是根据市场变化而进行的。据称,目前欧米茄涨价后的销售情况并没有发生太大的变化,消费者的购买热情依然高涨。

路威名轩钟表珠宝(香港)有限公司上海办事处总经理郑世爵告诉记者,路威名轩旗下的高档手表包括“真力时”等品牌,预计会在6月1日或7月1日进行涨价,而具体的涨价方案仍

在总部审批程序中。

在广东以外,据消息说,温州地区除了欧米茄手表外,另一高档手表品牌君皇也有1/4~1/3的表款在同一天涨价,涨幅在5%左右;劳力士、积家、帝舵、摩凡陀等品牌可能也会相继涨价,涨幅大概在5%~10%。

**估计整体涨幅低于两成**

不过,广州友谊商店营运部有关负责人介绍,在友谊的高档手表品牌中,只有欧米茄价格上调,其他品牌包括君皇、劳力士等都暂时没有涨价。这位人士认为,高档手表每年都会有一次提价,涨几个点是很平常的事情,与消费税调整并没有太大的关系。

而波尔表品牌华南区总经理刘秀双也分析道,目前广州市面上的高档手表并没有太大的价格调整,原因有二,一是正在销售中的高档进口手表是在实施新消费税前进入的,价格并没有受到消费税的影响;二是消费税是根据报关价进行征收的,而市面上销售价为万元以上的手表的报关价,并没有达到征收高档手表消费税的限额。

业内人士认为,欧米茄在国内市场率先调价有一定的试验性作用,对其它高档手表可能起参考或示范作用,甚至会引起连锁反应。随着新消费税的实施,高档手表陆续涨价似乎已是大势所趋,但涨价的幅度与20%消费税率应有很大的差距。

**■ 简讯**

## 全国华联欲引110亿海外资金

**新华社电** 全国华联未来3年将引进110多亿美元海外资金,用以改造和扩大华联商业网点及商业设施,这是全国华联商厦集团秘书长李可集9日在北京透露的消息。

据了解,全国华联目前的成员单位已由最初的16个拓展为55个,年销售额达400亿元。其业态也由过去单一的百货业,发展为集酒店、旅游、房地产等多种业态。

李可集表示,华联年总销售额只占全国社会消费品零售总额的千分之六,且多数企业远没有达到质量效益型目标,因此,华联正积极与世界商业巨头、海外投资基金、国际金融机构等洽谈战略合作,以积极实施市场同盟战略。



**时报讯 (记者 吴伟玮)** 美国迪士尼公司日前宣布,该公司将结束与麦当劳公司长达10年的营销联盟关系而麦当劳也表示,他们已与好莱坞著名电影工作室梦工场动画签订了一份为期两年的“非独家”性合作协议,快餐连锁店将为梦工厂进行动画电影产品的宣传工作,该合约将于2007年随着动画大片《怪物史莱克3》的发布而启动。

本月8日,麦当劳与迪士尼分别发表声明,宣布结束双方营销联盟关系。麦当劳公司负责公关业务的副总裁杰克·戴利说,这出于双方各自的经济原因。

昨天,麦当劳中国公司南区一位负责人告诉时报记者,这个决定不会对中国的业务带来太大的影响。

曾经合作出不少经典电影的迪士尼和麦当劳,日前正式中止合作。

对于外界传闻的双方合作结束可能与“垃圾食品”有关系的说法,双方均予以否认,并强调仍保持着友好关系。据悉,在10年合作历程中,麦当劳和迪士尼携手创造了一次又一次的成功,例如著名的动画电影《101只斑点狗》、《海底总动员》等。

早在与迪士尼结束合作之前,麦当劳已找好了下一个合作对象,他们已与好莱坞著名电影工作室梦工场动画签订了一份为期两年的“非独家”性合作协议,该合约将于2007年随着《怪物史莱克3》的发布而启动。

根据双方的合作协议,麦当劳将在自己的开心套餐中推广梦工场电影的玩偶玩具,以此来进行动画电影的市场宣传。

## 麦当劳结束与迪士尼合作 转投梦工场怀抱,否认与“垃圾食品”有关



# 三大城市网上生意 女性唱主角

调查显示200万人曾参加网上购物,渗透率达16.2%

**时报讯 (记者 陆俊)** 昨日,中国互联网络信息中心发布了《2006年中国C2C网上购物调查报告》。报告显示,截至今年3月,北京、上海和广州三大城市共有C2C网上购物消费者200万人,在网民中的渗透率达到16.2%。其中,交易商品主要是女性时尚消费品和IT类商品。

本次调查结果表明,C2C网上购物在城市网民中渐成气候。在三大城市中,有145万人曾经在淘宝网上有过购物,有96万人在eBay易趣网上有过购物。

值得注意的是,和其他互联网应用市场不同,C2C网上购物女性扮演着“半边天”的角色。

最大宗的C2C网上购物商品中的服装、化妆品

及珠宝,女性买家和卖家的数量均超越男性买家和卖家数量。

女性买家还在食品与保健品、居家用品、玩具及婴幼儿用品以及宠物及宠物用品等方面超越男性买家。

另外,与B2C明显不同的是,中国C2C网交易最多的商品类别是服装、

化妆品、珠宝等时尚消费品,以及电脑、手机、家电、电子卡/虚拟货币等IT类产品。

调查认为,中国C2C网上购物市场方兴未艾,发展前景比较看好,不过,报告同时指出,随着中国C2C格局的快速演变,未来的竞争态势也将越发激烈。

### 2005年C2C购物网站交易数据 (广州、北京、上海三地)

	市场份额	消费人群	购物频度	购物人次
淘宝	67.3%	117万人	4.25次/人	近500万
eBay	29.1%	70万人	3.08次/人	逾200万
总体		约200万人		近740万

### 各地网民消费者比例 (截至2006年3月)

	广州	北京	上海	平均
	11.5%	17.5%	18.5%	16.2%

## 晚年的财富越多越好

假如一个30岁的男人,不论是用5年还是用35年的时间来为晚年攒钱,到他能够用这笔钱的时候,这笔钱会比他当初攒的数额多出近一倍甚至更多,你会觉得够多够划算吗?如果答案是“是”,那么中英人寿保险公司正在推出的一款名为“优质人生”的寿险产品,就值得你关注。

李先生,30周岁,在一家外企担任市场部经理,年收入20万元左右。虽然目前生活富足,但李先生认为非常有必要现在开始为退休后的生活作准备,希望退休后也能保持优质的生活品质。

李先生投保了10万元基本保险金额的中英人寿优质人生两全保险B款,只需每年付出30,388元的保费,连续缴费20年,共缴607,760元,就可以获得如下保险利益:

50岁前,如果李先生因疾病或意外不幸身故或全残,可获得以3.6%年复利计算累计已缴纳保险费的身故或全残保险金以及5,000元的身故或全残慰问保险金,无限关爱留给家人。从50岁开始,每年领取20,000元生存保险金,保证领取至105岁,直至终身。共计20,000元x(105-50+1)=112万元。

50岁后,如果李先生因疾病或意外导致身故或全残,同样也可获得身故或全残时105岁间未领取的生存保险金总额。

无论李先生何时身故或全残,身故或全残保险金连同身故或全残前领取的生存保险金之和,都保证达到112万元。

此外,“优质人生”的除外责任少。艾滋病、非典、禽流感以及法定传染病等多种高风险疾病也在保障范围内。而且无论投保多少都不用体检。“优质人生”还可以附加意外伤害、意外伤害医疗、住院医疗、住院费用医疗、豁免保费和定期寿险等多个险种,从而形成更加严密而全面的人身保障计划。

30岁的男性投保10万元的优质人生,选择不同的交费方式和领取方式,在生存金利益上他将会获得不同的投资回报。如下表:(单位:元)

**中英人寿**  
AVIVA-COFCO

一生保障 | 在你左右

全国统一客服热线: 4008-800-900  
网址: www.aviva-cofco.com.cn

缴费期	开始领取年龄	年缴保费	总缴保费	每年领取	保证至少可领取金额*
5年	60岁	77600	388000	20000	920000
20年	60岁	22851	457020	20000	920000
至55岁	55岁	22005	550125	20000	1020000
至65岁	65岁	12815	448525	20000	820000
5年	35岁	153060	765300	20000	1420000
20年	50岁	30388	607760	20000	1120000