

一包两千二, 榨菜也疯狂?

重量也就 600 克, 涪陵“天价榨菜”引争议

□新华社记者 郭立 张翅 朱薇

今年6月24日, 中信证券食品饮料行业分析师黄巍发布研究报告《推高端产品拉升企业形象》称, 涪陵榨菜今年推出的600克装的沉香榨菜零售价为2200元, 成为涪陵榨菜最高端的产品。

一石激起千层浪。对于“天价榨菜”, 外界热议不止。



网友: 榨菜都卖成燕窝的价了

网友“微风晓月”称, 这年头太疯狂了, 榨菜都卖成燕窝的价了。浙江省杭州市一名网友发帖说, 一个月的工资就够买包榨菜了, 他们公司的榨菜都2200元一包, 那他们公司员工的工资会是多少呢? 也有个别网友对此表示支持。一名新浪手机用户说, 如果够纯正, 可以接受, 为什么老外的一瓶红酒就能卖几万、几十万呢? 老外的能接受而我们自己的却不能接受, 这不是我们民族的自卑心理吗?

厂家: 高端产品生产工艺复杂

记者致电采访上市公司“涪陵榨菜”管理人员黄正坤, 他表示: “此事公司已经发澄清公告, 同时公司定于本月底披露中期报告, 目前已经进入窗口期, 按照证监会和交易所要

求不能接受媒体采访和机构调研。只能待中期报告披露后再安排。”

涪陵区榨菜管理办公室副主任汤勇在接受记者采访时表示, 沉香榨菜是公司2007年推出的一款高端礼品榨菜, 该产品推出后一直按照正常程序生产和销售, 此后公司亦没有对该产品进行任何宣传。由于作为其原料的青菜头从种植到加工都历经了特殊的环节, 同时其作为榨菜之乡的“名片”产品, 其产品的价值相对普通榨菜消费品要高。

涪陵榨菜公司网站信息显示, 面对外界

质疑, 乌江涪陵榨菜集团老总周斌全回答: “我们是将沉香榨菜当成一张文化名片来打造的; 同时, 我们也要把榨菜打造成高端产品, 塑造企业形象。这样看, 价格其实就不是问题了。”沉香榨菜复制了巴国古法腌制工艺倒坛沉香, 以2月江风自然脱水, 腌榨后要用河沙封坛倒置沉入乌江底, 进行自然酝酿, 全程均为纯手工制作, 至少3年才能酿成, 最长的一种极品沉香榨菜要酿制8年以上方能上市。这种做法除了提升榨菜本身的品质和价格之外, 更重要的是提升了乌江

榨菜的品牌价值。

物价局: 该产品自主定价不违法

针对网上一些“榨菜价格畸高, 政府不作为”的声音, 重庆市物价局商品价格管理处处长杨治凡表示, 价格法规定, 商品或者服务价格出现剧烈波动或显著上涨时, 经省级人民政府批准, 方可采取干预措施。在市场经济条件下, 政府是不能随意干预企业定价行为的。榨菜并不是关乎国计民生的重要物资, 多年来一直是自主定价, 不需要到物价部门备案, 无论其行为合理与否, 2200元的定价肯定不违法。

专家: 片面强调工艺成本或适得其反

重庆工商大学化工系教授郑旭照认为, 作为一种常见蔬菜, 2200元一包的菜头确实有炒作的嫌疑。工艺成本固然是价格的一部分, 但片面强调其工艺成本, 可能导致消费者对定价反感, 反而影响企业形象和宣传效果。该校另一位教授廖元和也表达了同样的担忧, 他认为, 商品的价格必须依照其价值定价, 价格过高将会导致人们的不满, 对企业形象树立并无太大帮助。

长期研究品牌营销行为的中国品牌研究中心秘书长郑兴安说, 榨菜如果超出了价值区间空间, 在市场营销理论上说就是一种颠覆, 颠覆了这个品类的产品、这个品类本身的价值空间。如果它真的颠覆了, 它取得成功, 它创造了一个新的市场空间。如果没有颠覆, 那说难听一点就是一种噱头, 说得好听一点就是提高厂家产品的知名度和认知度。



洛陽社區 洛陽人的網上家園

時事

文學

休閒

教育

戶外

娛樂



BBS.LYD.COM.CN

广纳言论、开放包容的大型网络互动交流平台

注册人数超过**30万** 日均页面点击量超过**6万**