

长沙大部分电器卖场不再“讨价还价”

# “一口价”买单，促销更真金白银

3月初，长沙电器卖场如通程、苏宁等相继宣布执行“一口价”。

所谓“一口价”，即指按照电器产品的现场挂牌价进行销售，明码实价，不再讲价还价。半个多月过去了，这些卖场“一口价”执行情况到底如何？3月20日，记者走访调查了长沙7家电器连锁店后，发现：除个别电器卖场外，通程、苏宁等主流电器卖场都执行了“一口价”。

长沙大部分卖场执行了“一口价”

受家乐福价格欺诈事件的影响，今年2月26日，中国连锁经营协会发出《商业连锁经营企业规范价格行为倡议书》，倡议书内容针对明码实价等方面提出行业自律要求。随后，国内各大电器卖场陆续签订了行业自律公约，宣布执行“一口价”。

“对不起，我们这里不能讲价，如果不按挂牌价销售，卖场将会罚我的钱。”在通程电器红星店，记者“看中”了TCL

一款55寸的3D电视，当记者向现场促销员提出能否减点价时，这位促销员如是说。

记者调查显示，长沙市内电器连锁如通程、苏宁等基本实行了“一口价”，但也有个别卖场仍然没有执行“一口价”。

明码实价后，还会有一些促销优惠

价格实了，以往让长沙市民心动的各种优惠活动还会有吗？

“我们还将整合资源推出一系列促销活动。”通程电器副总经理刘伟表示。他坦言：“虽然优惠力度不像以前那么惊心动魄，但都是真金白银。”

湖南苏宁电器则在致记者的一份书面材料中证实：苏宁将在单品实价的基础上，为消费者带去一些优惠，譬如赠品、会员积分（可以消费抵扣现金、兑换礼品、售后服务等）等，买多件家电套餐，苏宁还会额外给予一些整体让利优惠。

“‘一口价’后，价格更透明，有助于我们维护高端品牌形象。”方太厨卫湖南区



家电卖场执行“一口价”，消费者不用为了不会“砍价”而纠结。记者 童迪 摄

负责人袁俊说。

TCL湖南分公司品牌经理姚鹏则表示：“现在很多长沙市民还不太适应‘一口价’，还需要一段时间才能完全适应。”

不过，也有观察人士表示，实行了“一口价”后，会不会造成电器卖场价格垄断，也是值得密切关注的。

■记者 戴和清 实习生 高瞻

## 4月国内游遍地“个位数”特价

本报3月21日讯 近期国际上灾难、战乱不断，导致出境游观望情绪升级，国内游从而迎来淡季生机。记者走访发现，临近4月，各大机票服务商、酒店业纷纷抛出“个位数”超低价抢客，本地旅行社的部分国内游线路也随之出现年度低价。

4月初自助游最划算

按照业界惯例，旅游出行将在3月末4月初逐渐升温，机票、酒店价格也一路走高，今年却一反常态出现了大量特价机票和酒店特惠。

淘宝旅行平台提供的数据显示，今年4月初出现了大量3折以下机票。如4月3日上海飞武汉单程机票最低仅需155元，相当于1.9折。

去哪儿网则在3月22日推出春季2元机票秒杀活动，当天10:00至20:00，每个整点时间段分别放出20张单价为2元的机票，共计200张。

刚刚启用新服务号码10106666的携程网即日起连续推出10期限时抢购活动，每周六10:10，星级酒店、单程机票、旅游线路等产品同时6元开抢。携程旗下的星

程酒店集团也抛出“史上最给力特价房”，长沙在内的全国20余城市酒店均有机会以6元入住体验。

旅游专家建议，由于这类特价优惠是针对散客而不是旅游团队，因此有计划在4月自助出游的朋友们最好提前规划，如果成功抢到特价机票或特价酒店，出游成本将大大降低。

本地旅游报价也有特惠

记者了解到，清明不出游的传统习俗已经在悄悄发生变化，不少人开始借清明

假期外出踏青，更有上班族通过补休的方式，将原本只有3天的假期延长至5天。淘宝旅行平台称，连日来受云南地震、日本地震的影响，祈福旅游成了热门搜索词。

与此同时，4月初本地旅行社的部分国内游线路报价也出现了年度低价，想出游踏青祈福，又对网络订票订房不熟练的朋友们不妨多加关注，找旅行社报名跟团游同样实惠。如新康辉国旅4月7日、14日发团的“周庄+世博中国馆双卧6日品质游”报价仅1080元起，较旺季报价便宜了四成左右。 ■记者 谭斯亮 实习生 孙蓓

## 两会直击中小企业“销售难” “搜索营销”推动增长方式变革

“十二五”开局之年，不少中小企业面临着“融资难、招工难、销售难”三重压力。为此，备受瞩目的“两会”上，加大对中小企业扶持力度的呼声不断高涨。除了在政策、金融体系等方面的扶持建议外，如何解决直接关系到中小企业生存的“销售难”问题也被提上了议程。全国政协委员李晓林提案建议大力发展互联网搜索营销，解决中小企业“销售难”的问题，同时还要通过对企业网络营销专业人才的培养来提升就业水平，推动互联网产业的发展以及传统经济向互联网经济的转型。这不但为转型期间中小企业的发展提供了有效参考，也预示着中小企业在搜索营销领域还将大有可为。

在搜索引擎成为互联网第一大应用的今天，搜索营销可有效满足中小企业对低成本高回报的要求，弥补传统营销方式的不足，同时为中小企业更敏锐地把握市场变化、洞悉消费者习惯提供参考依据。为此，作为全球最大中文搜索引擎的百度也第一时间响应两会提案，在满足数十亿次搜索请求的同时，还将为企业不断完善精准的搜索营销服务，并加大网络营销人才培养力度，在全国范围内继续深入开展有针对性的网络营销培训和实践活动。百度推广经过十年沉淀，将在“十二五”的开局之年，与中小企业共度营销转型期，切实推动中小企业营销方式转变。

两会“网”聚民生热点  
中小企业营销转型势在必行

与往届相比，今年召开的两会在网络传递民意方面更加积极，网络问政、电子提案、网络访谈室等形式多样的网络互动方式成为今年的一大亮点。近年来我国网络信息化环境不断改善，《第27次中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2010年12月底，我国网民规模已达4.57亿，网络已经成为传递民生的一个重要窗口。今年的两会现场，代表们案头所翻阅的资料中，还多了一份来自百度的报告，反映了中国4.57亿网民的集体心

声。

这份来自百度数据研究中心的《2011两会专题研究数据报告》，根据网民搜索请求数据分析指出，2010年3月以来，与人民生活息息相关的吃住行、医疗、社保等民生问题占据了关注热点的绝大多数。这份堪称“民生提案”的报告，真实反映了中国四亿多网民的关注和需求，也为相关决策提供了有效数据支持。温家宝总理在《政府工作报告》中即就百姓们最关心物价、房价、养老、医疗、教育、社会保障等民生话题做出全面响应，并提出了具体的解决措施。

网络的窗口作用日益凸显。事实上，网络在传递民意的同时，也成为了企业在新时期转型发展的重要渠道。据统计，目前中国有超过4000万家中小企业，总数已占全国企业总数的9

9%以上，创造的产品和服务总价值相当于GDP的60%左右，提供了全国80%的城镇就业岗位，上缴的税收约为国家税收总额的50%，它们是实现中国经济平稳较快增长的关键因素之一。因此，中小企业的发展问题实际上也是一个十分重要的民生问题，是国家转变经济发展方式的关键所在。

然而，有数据显示，中小企业的平均寿命只有2.9年，平均每分钟就有两家中小企业破产消失。“中小企业虽然有很大的活力，但面临的竞争却非常激烈。”政协委员李晓林在提案中也指出，对于大部分中小企业，缺少客户、没有生意是最大的问题，因此中小企业生存和发展的关键就在于扩大市场范围、寻找更多商机。在李晓林看来，中小企业能够投入的营销费用非常有限，它们没有能力与大企业竞争昂贵的电视、报纸杂志以及户外广告，而是需要更精准、更高效的营销方式。对中小企业的扶持，不仅要帮助它们节流，如减税减负等；更要开源，帮助它们解决“销售难”的问题。营销转型正是中小企业寻求突破发展的必经之道。

搜索应用需求不断增长  
百度推广力推中小企业转型

近年来，我国网民数量不断增长，相关统计显示，2010年国内搜索引擎用户规模达3.75亿，用户人数年增长9319万人，年增长率达33.1%；搜索引擎在网民中的使用率增长了8.6个百分点，达81.9%，跃居所有网络应用的第一位，成为网民上网的主要入口，互联网领袖的地位也逐渐由传统的新闻门户网站转向搜索引擎网站。

搜索应用需求的增长也为企业营销带来了新的机遇。以百度推广为代表的搜索营销服务具有覆盖面广、按效果付费、针对性强、推广方式自主灵活、投入低效果好等优势，能有效解决中小企业资金困难、营销投入有限的问题。再加上运营商不遗余力地进行网络营销知识的普及，在一定程度上也解决了中小企业营销专业人才缺乏的难题。

现在，甚至在农村，搜索营销也开始发挥其惊人的力量。在山东临沂的莒南县，经营苗木的商户从传统的展销会、报纸广告等方式转变为搜索营销后，客户数和苗木销售收入比过去增加了1倍多。以其中的南高庄村为例，每

天苗木的销售额就有40多万元，其中80%的客户都是搜索推广带来的，每天等在村口运苗木的车辆排起了长队。广东某企业老板更是深有感触：“我们已经将所有的网络推广都集中在百度推广了，这种推广方式行之有效，为我们带来了营业额的翻倍增长，今年我们还将继续加大这方面的投入。毫不夸张地说，搜索引擎访问量的增加直接带来了我们业务量的增长。”

成功的搜索营销为广大中小企业营销转型提供了范本。调查显示，使用过搜索营销的中小企业中，有超过85%的企业未来还将保持或增加投入，搜索营销正在成为推动它们转型发展的重要利器。尽管搜索引擎营销表现出了强有力的发展势头，但是，我们也必须看到目前我国中小企业搜索营销应用率仍然不高的现状。诚如代表们在两会中所说，推动中小企业营销方式的变革，还应进一步加大力度，以政府主导、部门联动、企业主体、市场运作的方式，大力培养基层的互联网营销推广人才，全面促进我国中小企业繁荣发展。

