

会员消费好处多 发卡机构重诚信

—— 国外会员制消费模式扫描(下)

□ 安国章

英国:会员卡使英国最大零售商迅猛发展

提起特斯科超市,不仅在英国人人皆知,就是在世界上也赫赫有名。目前有90%的英国人经常到这家英国最大零售店购物,英国人平均每百镑用于日用杂货的支出中就有25镑是在这里消费的;特斯科在英国以外拥有900多家大型超级市场,并且是全球公认的最大网上超级市场。

有业内人士表示,特斯科发展如此迅速,主要是它有一套独特的经营方式,其中之一是早在1995年率先在英国超市和零售业推行了优惠卡制度。持特斯科的优惠卡购物,到一定程度后,就按比例给顾客返还一部分现金,累计购物金额越高,返还比例也越大。特斯科因采用这一措施而吸引并固定了大量顾客,一年内就聚集了850万人(次)的会员顾客。到2005年,特斯科已发放会员卡1200万张,在英国成年人钱包中几乎都有特斯科的会员卡。

特斯科会员卡上面有条形码,特斯科通过会员卡的记录可以精确统计顾客在某段时间

内购买了何种商品,借此了解不同商品之间的潜在购买联系,并以此改变这些商品在店铺中的摆放位置。庞大的数据库为特斯科带来了两大好处。一是这些数据方便公司向消费者提供特殊的、有针对性的优惠服务。每季度末,会员卡持有者都会收到特斯科寄的现金折扣券,其价值相当于顾客当季消费金额的1%。与此同时,特斯科还根据数据库中储存的顾客数据查出顾客购买的商品,通过分析知道顾客可能有兴趣购买的商品,并将这些商品的折扣券一起寄给消费者。二是特斯科可以根据这些数据调整当地超市销售的商品种类,甚至根据一天内的不同时段做出相应变化。另外,特斯科在2008年将旗下超市每年40亿个塑料袋的使用量减少到30亿个,其措施是给使用旧塑料袋或者其他包装的顾客奖励额外的会员卡积分。顾客每节省使用1个塑料袋,特斯科将给他增加一个积分的奖励。

不仅英国的商店实行优惠卡,英国著名流浪汉杂志《大议题》曾发起一项打折会员卡计划,该项目旨在通过向会员提供折扣,维持伦敦独立书店的

利益。据报道,英国图书发行业的领军者瓦特斯通2007年也宣布全面发行专属会员卡,持有瓦特斯通会员卡的读者,每消费1英镑有4点红利,每点红利折合1便士,日后消费可抵扣,由此吸引读者持续消费。通过发放会员卡,瓦特斯通2007年12月的销售额增加了2.9%。英国舆论指出,各商业机构发的会员卡之所以被消费者接受,主要是发卡机构有较高的可信度。

日本:非会员购物不优惠

在日本,几乎所有的消费都实行会员制,只对日本本地人供货的商店全部实行会员制,非会员享受不到最优惠的价格。

全球第二大便利——日本的“全家便利”不仅自己实行会员制,还与饮食连锁店及家电量贩店合作以扩大会员卡的会员福利。这样,持卡者可以在“全家”以外的商店获得会员红利积分,而商店因为扩大了会员的福利从而培养和增加了固定客户群;另外,“全家”总部要分析会员的购买数据,了解常客喜好,并根据数据调整各家商店的进货,藉此降低因缺货

所造成的贩卖机会损失。为吸引顾客入会,“全家便利”时常在星期二和星期六实行会员限定全部商品95折。

遍布日本各大城市的电器商店——“大相机”免费为顾客办理会员卡。相机之类商品对持卡者都有10%~15%的返点。如BICCAMERA型号的索尼数码相机售价为44,800日元,会员促销价为30,464日元,返点计入会员卡,可以购买物品。日本最大图书经销商日本出版销售公司,2006年也开始实行积分卡制度,为此成立了HONI俱乐部,会员购书返还1%的“分”。到2007年其旗下的120个书店已吸收会员70多万人。日本录像带出租店也基本都为会员制,入会费一般为300日元左右。

据到过日本的游客表示,日本有个别商店有欺生问题,一些商店售货员对不懂日语或者懂日语但不懂消费的外国人的欺骗手段之一是不提示你办理会员卡,让你花高出10%~15%的价格购买商品;欺骗手段之二是如果客户不懂日语,即使有会员卡也不按会员制服务,让你多花钱。当然,这种现象并不普遍,但外国人还是应该谨慎。

海外传真

惠誉上调印尼主权信用评级

本报讯 国际信用评级机构惠誉2017年12月21日发布报告,将印度尼西亚的主权信用评级从“BBB-”上调至“BBB”,前景展望为稳定。

印尼此前已经获得国际三大信用评级机构标普、穆迪和惠誉给予的投资级别的主权信用评级。

惠誉在报告中说,过去几年印尼经济抵御外部冲击的能力逐步加强,印尼央行出台的货币政策有效限制了资本外流,企业外债过快增长的态势得到遏制,印尼金融深化与市场稳定性改善同步进行。

惠誉说,随着政府支出增加、信用成本降低和结构性改革推进,印尼国内投资将获得继续增长的动能,再加上全球贸易复苏和大宗商品价格稳定,印尼经济未来几年有望继续

保持强劲增长态势。惠誉预计印尼经济增长在2018年和2019年将分别达到5.4%和5.5%。

不过惠誉同时警告,印尼经济的外部挑战依然存在,包括美国货币政策变动给新兴经济体带来的潜在压力。此外,印尼对大宗商品的依赖度依然较高,印尼的外债水平依然高于同一信用级别的其他国家。

惠誉2011年12月已经将印尼的主权信用评级由“BB+”调升至投资级别的“BBB-”,是1997年东南亚金融危机之后首个将印尼信用评级调升至投资级别的国际信用评级机构。

数据显示,印尼2017年前三季度经济增长5.03%。印尼政府预计今年全年经济增长5.1%。(郑世波)

中国与澳大利亚签署AEO互认协议

本报讯 中国海关总署署长于广洲和澳大利亚移民与边境保护部部长彼得·达顿近期在澳大利亚首都堪培拉签署了《中华人民共和国海关总署和澳大利亚移民与边境保护署及边境执法署关于中国海关企业信用管理制度与澳大利亚诚信贸易商计划互认的安排》。此举将进一步提升中澳贸易的安全与便利化水平,惠及两国经贸发展。

AEO是Authorized Economic Operator的简称,即“经认证的经营者”。AEO制度是世界海关组织倡导的通过海关对信用状况、守法程度和安全水平较高的企业实施认证,对通过认证的企业给予优惠通关便利的一项制度。不同海关之间,可以通过AEO互认制度给予对方的AEO企业优惠便利措施,从而显著提

升两国企业跨境通关效率,压缩通关时间,降低贸易成本。

中国海关自2008年建立AEO制度,目前已步入AEO制度及互认工作的先进国家行列。2017年10月,由中国海关起草的《世界海关组织“经认证的经营者”(AEO)互认实施指南》在世界海关组织“全球贸易安全与便利标准框架”工作组会议上通过,这是我国海关首次在AEO领域引领制定国际规则。截至目前,我国已与35个国家和地区达成AEO互认安排,包括与欧盟、新加坡、韩国、瑞士、新西兰、以色列、澳大利亚等互认以及内地和香港的互认。据统计,我国AEO企业货物出口至上述互认国家(地区)时,查验率降低了60%~80%,通关时间和通关成本降低了50%以上。

(商 闻)

芝麻信用出海境外可免押金租车

本报讯 芝麻信用、租车和美国车行yesaway近日共同推出境外免押金租车服务。芝麻信用700分以上的用户可以在境外实现免押金、免信用卡担保租车。

租车联合创始人李斌介绍,以往,境外租车一般需要信用卡预授权,也就是冻结一部分信用卡额度作为“押金”。现在,用户通过支付宝进入租车平台并选择yesaway的车辆,在“车辆押金(预授权)”一栏选择“芝麻信用免押金”即

可预订车辆,并通过支付宝支付租车相关费用。

李斌说,借助芝麻信用的信用评分体系,优质用户不再需要支付高昂的押金就可以实现境外租车,大大降低了出境自驾的门槛,让更多支付宝用户能够轻松体验境外租车服务。

目前,用户可以在美国洛杉矶、新西兰基督城以及泰国曼谷、清迈和普吉五大机场的yesaway门店进行免押金租车。(刘羽佳)

WADA恢复巴黎实验室认证资格

本报讯 法国反兴奋剂机构近日确认,世界反兴奋剂机构(WADA)已经恢复位于巴黎郊区沙特奈马拉布里的兴奋剂检测实验室的认证资格。

WADA于2017年9月下旬宣布暂停巴黎实验室的认证资格。据了解,该实验室被暂停认证资格的原因在于一份来自健美运动员,被检测出违禁成分呈阳性的样本污染了另外两份样本,导致检测出类固醇成分。

WADA的禁令原本要维持半年时间,但在巴黎兴奋剂检测实验室采取整改措施,并且通过了2017年12月4日~5日的检查后,WADA提前恢

复了该实验室的认证资格。

巴黎实验室此前因在反兴奋剂领域做出的贡献而受到认可,在巴黎获得2024年夏季奥运会举办权后,这里将成为奥运会兴奋剂检测的场所。

巴黎实验室被暂停认证资格造成了较大损失。由于该实验室是法国境内唯一一家得到WADA认证的实验室,在其认证资格被暂停期间,所有血液和尿液样本需送往国外实验室接受检测,相关费用在60万欧元(约合人民币468万元)左右,而实验室每年预算为1000万欧元(约合人民币7800万元)。(苏 斌)



中欧班列沃尔沃汽车专列 半年向欧洲出口近8000辆汽车

中欧班列沃尔沃汽车专列从黑龙江省大庆市始发,途经俄罗斯、白俄罗斯、波兰等国,最终抵达比利时。自2017年6月开通以来,中欧班列沃尔沃汽车专列已将近8000辆“中国制造”的沃尔沃S90豪华汽车运抵欧洲市场。目前,专列承运方已经成功测试了将欧洲产汽车零部件运回中国的铁路运输方案,专列将于2018年全面实现双向运输。图为一列中欧班列沃尔沃汽车专列在风雪中驶抵比利时根特港货站。

新华社记者 叶平凡 摄

国际观察

造假频频被曝光 日本制造走下神坛

□ 冯武勇

“我也是(造假)……”,这样的表达在日本企业界快成了流行语。近一段时间以来,一个又一个日本知名大企业因长期篡改产品数据被曝光而不得不低头道歉。

近日,日本化工巨头东丽株式会社因旗下公司在检测数据上造假而成为最新一个承认“我也是(造假)……”的日本企业。从2008年4月到2016年7月间,东丽就有共计149例数据造假,波及13家企业客户。造假数据主要涉及增强汽车轮胎强度的辅助材料。

恶劣的是,东丽内部早在一年前就已掌握相关情况,却

一直未公之于众。日本媒体认为,如果不是近期神户制钢所和三菱综合材料株式会社被曝造假,本次东丽很可能仍然不会承认。

东丽造假行为再次震惊日本社会,日本民众对一连串的大企业造假丑闻感到耻辱,一些民众甚至表示对日本制造业的前景“不抱任何希望”。

近日,日本有色金属巨头三菱综合材料株式会社承认产品质量数据造假;再之前,日本第三大钢企神户制钢所被曝质检数据长期造假;主要汽车制造商日产和斯巴鲁长期使用无资质质检人员;世界最大安全气囊厂商高田公司因气囊质量问题导致经营状

况恶化,申请破产保护;电子巨头东芝因财务造假陷入经营困境。而遭祸最大的东京电力公司至今仍因福岛核泄漏事件苦苦挣扎。

近期曝出的一系列“日本制造”危机有若干共同特征,一是涉事企业多为日本高端材料制造企业,处于产业链的上游,这一方面使其问题产品的危害更容易扩散到各行各业,另一方面也使其产品问题更隐秘,比起一般终端消费品更容易躲过消费者和监管部门的监督;二是产品质量数据篡改时间跨度之长令人咋舌,少则数年,多则数十年;三是企业内部大多知情不报,以侥幸心理企图瞒天过海。

从“日本制造”沦落到“日本造假”,背后原因众说纷纭。日本媒体和分析人士从企业文化、业绩压力等企业管理微观层面,到日本生产人口不足、企业雇佣机制变异等社会变化宏观层面,展开多维度的讨论。

不容忽视的一个主因是,在全球制造业品质越发“扁平化”的今天,“日本制造”其实早已走下神坛,但为了维护其“神话”光环,日本一些代表性企业,甚至监管机构、相关媒体,自觉不自觉地选择了缄默和隐瞒,直到纸再也包不住火的一天到来。

当越来越多的造假日企承认“我也是(造假)……”,或许人们应该重新审视“日本制造”了。