

京东删单被指掩盖售卖翻新机

数百名用户被“主动退货”，消协、工商局调解均无果

■ 本报记者 郭奎涛

“我2007年开始在京东上买东西，现在是金牌(京东用户级别中较高的一种)，这次真是被逼的，没办法了。”来自浙江宁波的陈旭在接受《中国企业报》记者采访时说。

事情还要从十多天前说起。7月21日，部分用户使用“满3000元减600元”的优惠券购买了京东商城的一款索尼LT26i手机。两天过后，很多人没有如期等到手机，反而等来了京东客服协调要求取消订单的电话。虽然协调无果，当天晚些时候开始，大家还是发现，自己已经“主动退货”了。有些用户还抱怨，手机已经在配送的路上了，甚至都送到门前了，快递又被京东叫回去了。

互联网领域资深律师赵占领认为，电商向用户发送的确认购买成功的邮件即已表示双方的购买合同成立，之前当当网类似事件中法院就是这么判的。即使按照京东商城的说法，商品出库才表示购买合同正式成立，仍有至少32人的手机是在出库之后给拦截的。

一个维权的QQ群马上被组建起来，人数迅速达到200多人。根据陈旭不完全统计，已经明确表示遭到京东单方面删除订单的用户有224人，群里的人数则要突破300人了。

京东商城相关负责人告诉记者，“满3000元减600元”的优惠券不适用这款手机，优惠券和活动页面上说得很清楚。这一说法遭到被删单用户集体反驳，并且提供了优惠券和活动页面的截图来证明。

低价陷阱曝光

删单之后，京东并非完全不顾及用户的权益。其提供的资料显示，他们设立了专门页面，为此次受到影响的用户重新举行了满3000减600的特别活动，原订单取消后的优惠券有效期也可以适当延期到7月31日。

“这些都是惯用伎俩！他们说重新做3000-600的活动，先把价格提上去，再让我们3000-600，减完比原价还高。”北京海淀区的一位王姓钻石级用户说。

据悉，在京东删除的订单中，索尼LT26i原价是3199元，使用优惠券后的价格只有约2600元。在京东重做的活动中，这款手机的标价已经达到了3698元，优惠完了仍然还有3098元。

这种“先提价再优惠”的做法在电商领域并不鲜见。

今年6、7月份的价格乱战中，天猫、京东、苏宁易购等B2C巨头无一不宣称让利几个亿，但是快递方面反映出的销量并没有太大的增长，用户反而纷纷指责他们诚意不足，号称“全网最低价”的京东商城尤其饱受非议。

“我没有感觉到价格战对于电商有太多的压力，最近大家可以明显看

ID	订单号	付款方式	下单时间	取消时间	取消类型	取消原因	备注
1	2.72E+08	货到付款	#####	2012/7/26 10:59:37	客服取消订单	商品缺货协商取消	京东未经用户同意单方面取消
2	2.72E+08	货到付款	#####	2012/7/26 10:45:04	主动取消订单		京东未经用户同意单方面取消
3	2.72E+08	货到付款	#####	2012/7/26 11:00:37	客服取消订单	商品缺货协商取消	京东未经用户同意单方面取消
4	2.72E+08	货到付款	#####	2012/7/26 11:00:29	客服取消订单	商品缺货协商取消	京东未经用户同意单方面取消
5	2.72E+08	货到付款	#####	2012/7/21 23:36:57	商品退货取消		京东未经用户同意单方面取消
6	2.72E+08	货到付款	#####	2012/7/26 14:10:00	客服取消订单	商品缺货协商取消	京东未经用户同意单方面取消
7	2.72E+08	货到付款	#####	2012/7/26 10:38:45	主动取消订		京东未经用户同意单方面取消
8	2.72E+08	货到付款	#####	2012/7/26 13:10:17	客服取消订单	商品缺货协商取消	京东未经用户同意单方面取消
9	2.72E+08	货到付款	#####	2012/7/26 11:11:55	客服取消订单	商品缺货协商取消	京东未经用户同意单方面取消
10	2.72E+08	货到付款	#####	2012/7/26 10:38:45	主动取消订		京东未经用户同意单方面取消
11	2.72E+08	货到付款	#####	2012/7/26 11:00:37	客服取消订单	商品缺货协商取消	京东未经用户同意单方面取消
12	2.72E+08	货到付款	#####	2012/7/26 11:00:29	客服取消订单	商品缺货协商取消	京东未经用户同意单方面取消
13	2.72E+08	货到付款	#####	2012/7/26 13:24:06	客服取消订单	商品缺货协商取消	京东未经用户同意单方面取消
14	2.72E+08	货到付款	#####	2012/7/26 10:39:45	主动取消订单		京东未经用户同意单方面取消
15	2.72E+08	货到付款	#####	2012/7/26 10:55:45	主动取消订单		京东未经用户同意单方面取消
16	2.72E+08	货到付款	#####	2012/7/27 16:43:02	主动取消订		京东未经用户同意单方面取消
17	2.72E+08	上门自提	#####	2012/7/26 13:39:26	客服取消订单	商品缺货协商取消	京东未经用户同意单方面取消
18	2.72E+08	在线支付	#####	2012/7/26 18:45:27	主动取消订		京东未经用户同意单方面取消
19	2.72E+08	货到付款	#####	2012/7/26 12:56:32	客服取消订单	商品缺货协商取消	京东未经用户同意单方面取消
20	2.72E+08	货到付款	#####	2012/7/27 16:43:02	主动取消订		京东未经用户同意单方面取消
21	2.72E+08	在线支付	#####	2012/7/26 13:32:20	主动取消订		京东未经用户同意单方面取消

京东LT26i强行删除订单统计(部分)

到，线上与线下的价格差距正在逐渐缩小。”慧聪研究ICT事业部总监张本厚坦言。

还有不愿透露姓名的业内人士认为，每单补贴600元，200多单也不过十多万，京东之前让利至少也都是千万级别的，之所以不让这十多万，原因在于，之前都是拉着供货商一块儿，如今单让京东出钱，自然要撂挑子了。“我的想法是用户购买这款手机后，京东发现，用券后价格低于他们成本太多，所以单方面取消订单，维护自身利益。”陈旭说。

与索尼的分歧

然而，自身利益也有眼前和长远之分。一边是十多万的眼前利益，一边是多年建立起来的品牌形象的长期利益，京东舍大取小实在令人费解。据悉，本次删单事件涉及的均为京东铁牌以上用户，不少甚至是钻石级别以上，最忠诚的用户却遭到了最相信的商城删单。

张本厚认为，或许京东想发货，但是索尼不给，因为京东的低价策略可能扰乱了索尼的价格政策。渠道不只京东一家，京东把价格卖得这么低，其它商城岂不是没人买了。线下渠道价格本来就高，更没法卖了。

记者对比索尼LT26i的各个销售渠道的价格发现，其官方网站在线预订价格3998元，其它商城均在3600元左右浮动，比索尼原价低400元左右，遭到京东删单的用户支付的价格只有约2600元，比索尼原价低近1000元。

在删单事件之后，京东确实向

索尼其它渠道的价格靠拢，上涨到了3689元。

广东一名从事IT销售的用户表示了不同观点，他认为，京东对于供货商是非常重要的销量渠道，供货商对京东的依赖程度很深，这点从京东的议价能力可以看出。

据他介绍，同行批发路由器等产品，通常不从厂商进货，而是直接从京东进货，可以得到比厂商还要低的价格。只是京东要现金，由于跟厂商是定期结算，京东可以在结算前用钱做其它的事，相当于融资了。

也有消息透露，京东和索尼在这款手机上确实出现了分歧，其它网上商城的LT26i手机多为现货，唯有京东显示的是“预订”，甚至一度出现“缺货”，索尼客服也表示，京东商城“最近一周都不会有货”。

8月5日，有消息人士向记者证实，从京东关怀部(据说是客服机关最高层)得知，“京东不打算卖这个机型了”。

爆料称为“召回”翻新机

“刚到索尼的维修站，听那里人说京东这批货是翻新的，只是把三包凭证换成新的了，收到货的(小)。”这是江苏无锡一名用户爆料的，他补充说，索尼维修站也没说都是翻新的，说是很大一部分。记者根据消息向无锡复兴路的索尼维修站证实，对方的电话一直无人接听。京东方面则一口咬定优惠券不在活动范围之内，对翻新机一事只字不提。

虽然对京东单方面删单的做法

极为不满，多数人还是没有轻信这一消息。陈旭即认为，有部分人还是收到货了，如果是翻新机，京东肯定没法交代了。

在京东商城的索尼LT26i页面里，评论只有10多条，主要是今年6月份的和7月29日以后的，中间尤其是删单事件期间的评论出现了断层。但是根据用户提供的截图，确实有部分用户已经收到货了，并且做出了评论或者晒图。

记者还是联系到了收到货的用户，他说手机已经返修了，但是否认了翻新机的说法，只是“密封不严”，具体情况“拿到货后再联系”。

查看京东官方的用户评论，相关的质疑声音不在少数。早前更有报道说，京东翻新机甚至直接保存着前任用户的“艳照”，此事最后不了了之。

此次事件中，有细心的用户回忆说，当时购买的时候商品显示的是“预订”，下完订单就变成了“现货”，然后就打包出库了。

“这批货是从哪里来的呢？京东拦回去了那么多货，对我们说是缺货，即使是在按正常价格订也是没货，那拦回来的货又哪里去了呢？”这位用户质疑说。

目前，维权的用户陆续找到消协甚至工商局，得到的回复均是京东拒绝调停和发货，部分用户已经在计划走法律途径了。

“声明里一句认错的话都没有，错全在我们了，他们重新做活动还多大度似的。”陈旭告诉记者，他不要手机，也不要赔偿，只要京东给个说法。记者注意到，他的QQ状态已经换成了“水能载舟，亦能覆舟”。

山西煤电联营难解困局

■ 本报记者 陈玮英

“似有人为刀俎，我为鱼肉的感觉。”山西某电力企业有关人士表示。

对于山西省在全省推行的煤电联营模式，并没有博得煤炭企业和电力企业的一片喝彩声。7月中旬，酝酿了近半年的《山西省促进煤炭电力企业协调发展实施方案》由山西省政府办公厅印发，方案提出，由山西省政府引导，山西省内火电和煤炭企业将为先行先试企业，并通过资本金注入、股权交换等方式，实现煤炭与火电企业互相参股、控股，或通过资产重组新成立煤电联营企业。

在业内人士看来，实行煤电联营，受益最大的当属山西省，可以顺理成章地完成对电力企业的整合，而且既可以掌控煤炭企业又可以监管电力企业。

作为煤炭大省，山西省的一举一动都起着风向标的作用。人们不禁要问，这一模式是否会在全国复制。

走一步看一步

根据《方案》，煤电联营将采取“自愿合作、一厂一策”的原则。“也就是说，不是强制性的措施。”山西一家电力企业高管告诉《中国企业报》记者，“最后能有什么样的进展，我们再看看。”

事实上，在山西，抱有这一想法的人不在少数。虽然电力企业近年连连亏损，但他们仍不愿做出这一选择。山西某电力企业相关人士告诉《中国企业报》记者，“以前虽然是年年亏损，但有政府10亿元的补贴，即使不能马上扭亏为盈，企业的日子也不至于很难过。可是，如果与煤炭企业进行联营，以目前的形势看，只能是被收购，那所处的位置就截然不同了。”

据电监会《2011年电力监管年度报告》显示，由于近年来煤炭价格攀升，加之财务成本增多，导致发电经营困难，五大发电集团平均负债率已连续多年超过80%，有的电厂甚至超过100%。

但从今年4月开始，煤炭价格的持续下跌，加速了山西煤电联营政策的出台。“这无疑是在为煤炭企业找出路。”上述高管表示。

而说起煤电联营，就不得不提及漳泽电力。早在2011年，山西同煤集团控股漳泽电力，是五大电力集团将旗下深陷亏损的火电上市公司控股权出让的第一例。但仍未使漳泽电力摆脱亏损的局面。

漳泽电力今年半年度业绩预告称，公司今年上半年亏损额将达到3.7亿元。而同比下降原因之一竟是：上半年电煤价格仍呈高位运行，煤价虽有所回落，但下降幅度较小。显然，漳泽电力并没有享受到近水楼台先得月的待遇。

在业内人士看来，对于电力企业而言，即使实行了煤电联营，但如果不能解决煤源，那也无济于事。

而煤炭企业则明显不同，可以借助收购电力企业，做强电力板块。公开资料显示，同煤集团已经把电力确定为第二大主业，力争到“十二五”末电力装机容量达到2000万千瓦，就地消耗煤炭7000万吨以上。按照同煤的规划，通过实施煤电一体化，同煤“十二五”期末非煤产业销售收入将达到600亿元以上，煤炭就地转化率将达到50%以上。

难以复制的样本

虽然漳泽电力目前还未完全走出泥淖，但漳泽电力将被打造成以坑口电厂为主体的煤电联营公司，恰恰是此次山西省政府推行煤电联营的理想模式。

据了解，山西省煤电联营将分“三步走”：第一步，今年启动实施方案，重点推动煤电股权联营合作；第二步，明后两年巩固煤电股权联营；第三步，在2015年完善煤电股权联营。

在山西省煤炭电力企业协调发展领导小组办公室副主任、山西省经信委副主任冀明德看来，山西煤电联营绝不是简单的煤炭企业和火电企业谁兼谁并、谁吃谁的问题，而是政府搭台企业唱戏，两者真正实现优势互补、利益共享的双赢。

但在业内人士看来，漳电样本很难复制到别的煤电企业重组中去。

据了解，山西上网电价分别为0.3562元/度，山东、河南、湖北等地的电价分别为0.4219元/度、0.4112元/度、0.445元/度，两地之间每度电的差价在5分多到8分多之间。“这就说明，这些省可以每吨多出100多元来买煤。”上述高管反问记者道，在煤炭销售顺畅时，煤炭企业是会选择将煤低价卖给当地电企还是高价卖到外省。这也正是身在煤海却没有煤的原因。

专家表示，山西煤电联营即使成功实施也不具备示范效应，“一些已经实现煤电联营的企业，在煤电矛盾尖锐时保持了良好效益。但这仅是个别企业的现象，很难成为解决煤电矛盾的根本途径。”

“与其实现联营，不如真正推行长协合同，政府可以出台强制性措施，惩处煤炭企业违约或变相违约。”上述高管如是说。

“如果政府仅将煤电一体化作为回避电价改革的一种政策手段，在电价调整不到位的情况下，维持电厂发电的积极性，那么合理性有待商榷”。厦门大学中国能源经济研究中心主任林伯强表示，“现在山西省政府乃至全国其他地区的政府推动煤电联营，不仅仅是要合同联营，还要在产权上联营。政府的动机本身就存在问题，目标是扭曲的。”

闽灿坤B的退市玄机

(上接第九版)

在被当时的成功迷惑之后，2003底吴灿坤决定在大陆从小家电制造业进军3C连锁零售业，并声称到2009年在中国开设1000家灿坤3C连锁门店，力争10年成为世界级企业。令人惋惜的是，2005年灿坤3C连锁仅拥有32家门店的永乐电器全资收购，退出中国内地市场。同时，灿坤小家电也继续以“贴牌代工”业务为主，并没有如期加大自有品牌在大陆市场的拓展，最终也错失中国小家电市场爆发式增长的黄金期。

2011年，闽灿坤B实现营收29.14亿元，同比下滑12.6%，实现净利润为1000万元，较上年同期下滑84.84%。2012年上半年，公司公告称，预计将出现1800—2300万元的亏损额。

在洪仕斌看来，“以代工为主的闽灿坤B，在欧债危机的冲击下，面对大陆竞争对手的步步紧逼，未来生存空间已经不大。因此，退市背后是整个灿坤集团在大陆投资业务的收缩。今后其有可能成为灿坤集团设在大陆的一个生产基地”。

润滑油市场整合信号强烈

10年前中国民营润滑油企业有3000多家，如今只剩下1700多家

■ 本报记者 陈玮英

“目前润滑油市场还没有回暖，这个调整期还将持续一段时间。”8月6日，东风润滑油市场部莫阳部长在接受《中国企业报》记者采访时表示。而这一判断的背景正是源于润滑油市场的好光景已经远去。

步入2012年，中国润滑油市场的发展趋势也迎来了时局变化，相比上个世纪90年代，2011年全年产量826.65万吨，比2010年减少30.25万吨，首次出现了负增长。2012年上半年，中国润滑油产量为4210309.15吨，与去年上半年4248804.94吨相比下降了0.9%。

由于汽车消费市场的萎缩，润滑油市场也受到拖累。莫阳告诉记者，这其中下滑最明显的就是民营润滑油企业。由于油品采购渠道的政策限制，民营润滑油企业只能拿到高价油。最终导致产品价格高，市场无法消化，被迫退出。

有关专家认为，国际石油市场波动频繁，导致润滑油市场进入了高成本时代。加上来自石化相关产业的调整以及相关法规出台等影响，润滑油行业淘汰洗牌已成必然，靠低端产品价格战来争夺市场的方法显然已不适用，目前已有部分中小企业淡出或者停产，进入休眠期。

民营润滑油企业大批死亡

润滑油是我国最为市场化的石油产品之一。上个世纪90年代，中国润

滑油市场迎来了不速之客，跨国品牌纷纷窥视中国市场，对中国的润滑油市场进行了理性分析，配置其全球性战略资源，利用先进的营销理念结合中国的实际情况，以其高质量的油品、完善的服务理念，给中国润滑油行业施展了一道“锁喉功”，形成了高额利润的市场冲击波。

中投顾问能源行业研究员任浩宁在接受《中国企业报》记者采访时表示，目前，国内润滑油市场竞争非常激烈，日趋白热化。涉足国内市场的企业数量众多，国企、民企、外企各占有一定的市场比重，其中大型国企及外企品牌较易获得消费者青睐，市场份额提升较快，这反映了润滑油市场集中度有望进一步提高的趋势。

作为最大的民营润滑油企业，东风润滑油还在不断地谋求并购对象，“目前已经收购10多家民营油品企业。”莫阳透露。而东风润滑油看重的正是这些企业的生产线。扩充产能成为东风对抗行业风险的重要手段。随着许昌30万吨产能基地建成投产、河北邢台和牡丹江产能项目相继启动，东风润滑油的产能规模已经达到年产150万吨，成功挤进前五名。

通过多年来不断上演的竞争，目前，中国润滑油市场三大格局态势逐步清晰，国际品牌与国内强势品牌形成高压之势，数千家民营润滑油企业在忙于生产这一个兼具工业品与消费品特性的商品同时，大多数者感到举步维艰。

“因受到多方面的竞争压力和淘

汰，10年前中国的民营润滑油企业有3000多家，到今天只剩下了1700多家。”上海海申石油化工有限公司总经理黄克俭表示。

“民营油企大批死亡也实属正常。”任浩宁分析道，一方面，民营油企难有原油进口权限，石油供销都受制于大型国企；另一方面，国企及外企资金雄厚、研发技术先进、市场份额较大、品牌认知度较高、竞争优势明显，收购或淘汰民营油企并非难事。润滑油行业的企业在面临生存、发展等多重压力的过程中，同时迎来生产成本、人力成本、传播成本的不断上涨，这对于几千家民营润滑油企业来说，是实际存在的最大问题。

相比之下，国内大型润滑油企业的优势则充分显现。中国石化润滑油公司正在按照发展轨迹整合内部资源。中国石化润滑油公司总经理宋云昌表示，目标是建立起符合市场规律“产销研”一体化的管理模式和运行机制，进一步提升渠道竞争力。

显然，中石化润滑油公司已然拉开了整合大幕。

市场调整良机出现

随着中国经济的发展，润滑油高端化、细分化、专业化的客户需求趋势明显，润滑油所具备的工业品和消费品双重特性的分头演进，正助推着润滑油市场的变革。

“当一个企业发展到一定程度，或者行业的不稳定因素太多，有的时候出于无奈退出或者合理转型，不失