

- 价格迷雾:同款眼镜产品价格相差甚远,有的甚至按标价的零头出售
- 技术存疑:对同一人验光,三家眼镜店的验光人员竟给出三种不同的验光度数
- 眼镜店诉苦:“如果卖不出高价,眼镜店就没办法生存。”

揭秘那些让人“大跌眼镜”的眼镜店

■本报记者 李丹青 朱林

“暴利”,一直是眼镜行业留给外界的印象。一块镜片出厂后,历经批发、零售等各环节的层层加码,最终到达消费者手中价格往往高得离谱。

几根细钢丝,两片薄薄的塑料片,动辄几百元甚至上千元。一副小小的眼镜为什么卖得这么贵?

而走进各种眼镜店,眼镜城,琳琅满目的框架款式、功能难辨的眼镜片及其天壤之别的差价又让人们无从下手。为啥差价这么大?又该如何甄别、购买?

乱象 品质良莠不齐,价格高低各异

“配眼镜吗,量多的话可以便宜。”12月10日,还没走出北京潘家园地铁站,记者就被各眼镜店的营销人员团团包围,人行道上多个眼镜店员招揽的“袭击”,让记者避之不及。

“连框带片儿,80元……”实在招架不住他们的“热情”,记者跟随一名店主小赵来到位于劲松眼镜城一楼的店铺。

途中,小赵介绍,作为中国北方地区最大的眼镜批发市场之一,北京潘家园眼镜城附近有四个眼镜城。目前已有上千家商铺。而这些眼镜店主要靠批发走量,零售比例相对较小。为增加零售销量,他们只能走出店铺拉客。

走进偌大的眼镜城,几乎不见消费者的身影,显得分外冷清,但一路走来,其他店铺看到有人来配镜,都会吆喝:“配眼镜吗?进来看看吧,便宜!”

在小赵的店内,记者看到十多平方米的空间内,高低货架上密密麻麻堆满了近视镜架、太阳镜架以及型号各异的眼镜片。从几十元一副,到数千元的品牌眼镜,小赵始终口若悬河地推销着。

当发现记者似乎都不太满意时,小赵又

>>>观点

净化眼镜市场应力推信息透明化

■本报记者 王群

一副小小的眼镜,价格相差甚远的背后到底藏着多少猫腻,恐怕没有几个人可以说清楚。消费者一雾水,无从选择,商家推销天花乱坠,步步紧逼,如此情况,消费者难免落入商家的“销售陷阱”。但是,一副眼镜材质的好坏单凭肉眼观察往往很难确定,即便出价不菲,能不能买到物有所值的产品还是另外一回事。

互联网金融下乡记

■本报记者 车辉

河北省邢台市清河县,地处河北省中南部,是我国羊绒制品的主要产地,有着“中国羊绒之都”的美誉。随着电商的发展,这里的村民逐步形成了“淘宝村”,而由于再生产的需求,他们小额信贷需求越来越旺盛。于是,相关的互联网金融平台便盯上了这样一个服务市场。

近日《工人日报》记者来到这里的“淘宝村”,实地探访互联网金融给农村消费市场带来的改变。

一段时间以来,互联网金融机构都在寻找自己下沉的支点,这些支点一定程度上类似传统意义上的农村信用合作社。而蚂蚁金融的“信用合作社”就是早已逐步铺开的村淘站点,成为其农村金融落地的重要渠道,而村淘合伙人类似于信用社“放贷员”。

柳林村的村淘合伙人杨德超是一位当地考出去的大学生,之前在城里开店做生意,因需要照顾家人回到家乡。他说村淘和旺农贷就是他返乡的机会。他介绍,旺农贷可以实现最高达50万元不用抵押物的纯信用贷款,期限分为6个月、12个月、24个月三档。

对于这一无抵押、无担保的借贷,杨德超这样的村淘合伙人就非常关键,他从1000多个报名者中严格筛选出来“放贷对象”。

村民马玉明不久前通过杨德超搞定了8万元的旺农贷,一周内钱到了账。拿着这笔钱,他在淘宝上买了辆6万元的拖拉机,余下的钱买了些原材料和化肥。

马玉明是村里有名的拖拉机能手,不同于村里大多数人选择羊毛羊绒生意,他的收

拉开了隐藏在货架下方的抽屉,里面整齐地摆放着各种奢侈品眼镜架。当被问及真伪时,小赵笑道:“高仿,给你优惠,三百一个。”

随后,记者又先后来到附近的兆佳眼镜城、北京眼镜城等眼镜批发市场,类似劲松眼镜城里的状况在这几家眼镜城中再度上演。而且,绝大多数眼镜店都没有按照产品的标签价进行销售,部分甚至按标价的零头出售。

刚走进北京眼镜城,一位60岁左右的大爷便拉着记者进到自家店内,并自称自家眼镜店是自产自销,并且还开有淘宝店。

记者发现,15平方米的店面内,摆满了各式柜台和验光仪器,除了卖眼镜、验光、开淘宝店,店主介绍,他们还可以加工眼镜。

价格之外,验光的科学性同样让消费者担忧。记者分别在三家不同的店验光,但不同的店家给出的度数却并不一致,有验光师说散光75度,有的则说散光50度。

记者调查发现,如此情况下,很多消费者开始犹疑且不知道究竟该在哪儿配眼镜。

探源 源于买卖信息不对称

中国不仅是世界领先的眼镜生产大国,而且是潜力最大的眼镜消费国之一。据欧洲商情市场调研公司Euromonitor估计,2014年中国眼镜市场零售额增长10%,近618亿元,其中隐形眼镜市场则增长12%,达38亿元。

有业内人士认为,眼镜行业之所以呈现出如此乱象,一方面取决于国内消费者庞大的市场需求,另一方面则是源于“暴利说”,即买卖双方的信息不对称。

此外,从刚性需求来看,中国近视眼患者数量更是位居全球首位。2014年国家卫生和 国家教育部联合调查显示,中国近视人口已超过4亿,近视发生率为33%,为世界平均水平近22%的1.5倍。同时,中国青少年近视发病率高达50%~60%。庞大的客户数量决定了眼镜行业这一朝阳产业的市场

“钱”景。

在业内人士看来,消费者认为眼镜“暴利”,虽不能说空穴来风,但也有存在对行业的误解,其中还有很多不为消费者所知的苦衷。

与传统零售业不同,眼镜在零售过程中,诸如为顾客验光和加工等服务都是免费的,而眼镜商品的零售价格则包含了这些服务的价值。

“大家在讨论眼镜价格的时候,总是拿出厂价和购买价对比,但其中还有很多中间环节,每一层都要保证利润。”一位不愿具名的业内人士告诉记者,一副眼镜从生产厂商到消费者手中,要经过贸易商、批发商、零售商等多个步骤,其经历的中间环节越多,消费者购买的单价就越高。

“一副眼镜,从镜架的选材到陈列再到加工,需要很多工序。”长期从事验光配镜的专业人士李磊告诉记者,大部分消费者只看到了眼镜材质,而忽略了它的制造工艺、生产设计、配镜加工的过程。

此外,运营一家眼镜店,更是需要经营成本。小赵坦言,眼镜店一般开在人流量较旺的地段才有利于推广,而这就意味着必须支付高额的租金。对于“三分保养、七分配镜”的眼镜行业,眼镜店内验光师需要一定的技能培训,且须持证上岗,人工费用较高,再加上门店装修、水电和宣传推广等费用,“如果卖不出高价,眼镜店就没办法生存。”

相关数据显示,中国消费者购买眼镜后2~3年才会更换新的。但由于眼镜价格过高,消费者会降低购买频次。眼镜商为了维持利润,就会将眼镜维持在一个较高的价位,进而形成恶性循环。

应对 线上线下,多方合力

针对普通消费者在选配眼镜时遇到的种种困惑,中国眼镜协会秘书长戴维平在接受记者采访时建议消费者应到正规眼镜店

通中的信息不对称直接让消费者在商家面前处于“弱势”地位,并最终导致了“价格迷雾”的出现,因此相关部门应从实现信息透明化入手,尽可能将产业链条中与消费者关联较大的环节信息向社会公布,并且通过有效的传播渠道传递给消费者。同时,应该大力规范市场主体的经营行为,重拳整治各种违法违规的经营活动,切实保护消费者合法权益,让整个眼镜市场运行更加清晰。对于消费者而言,应掌握眼镜方面的一些专业知识,尤其是患有近视眼的消费者,尽量选择去医院或正规的眼睛店去验光配镜,选择购买品牌镜片,如若自身权益受到损害,应该积极申诉举报,维护自身权益。

本报讯(记者刘静 通讯员徐云华 向奇志 刘新红)12月22日,我国第一座采用全断面隧道掘进机(TBM)施工的煤矿斜井——神华神东补连塔矿2号副井顺利贯通,这填补了我国TBM在长距离大坡度煤矿斜井建设领域的技术空白,开创了煤矿斜井施工新模式。

该项目为中国铁建铁四院和十一局联合投标的设计施工总承包项目。施工方中国铁建十一局项目负责人张开顺介绍说,斜井工程自2015年6月11日正式掘进以来,在开挖直径7.62米、-9.5°连续下坡,同步管片衬砌的工程条件下,实现了全过程安全生产。最后仅用半年时间,顺利贯通了2750米长的神东补连塔矿2号副井。

设计方中国铁建铁四院神东项目设计总负责人游龙飞介绍,在工程设计过程中,针对长距离、大坡度斜井安全性和耐久性设计

配镜。

在戴维平看来,眼镜的甄别技术含量高,不是一般消费者自己能够掌握的。

在这种情况下,如果消费者贪图便宜选择一些并不规范的眼镜店,很可能会购得一些质量低劣,但冒充高档的眼镜。另一方面,由于配镜的过程需要验光,不规范的小店验光员技术无法保证,所配眼镜如果不适合自己的视力,这对消费者可以说是得不偿失。

李磊表示,消费者挑选眼镜时,镜框的选择其实肉眼观察即可,做工细致、对称工整的就足够日常生活的使用,镜片则尽量选择品牌产品。另外,应尽可能去眼科医院或者比较专业的、有资质的眼镜店。

除了消费者自身需要科学配镜,相关部门也需加强监管。工商局、技监局、药监局等对眼镜店有监管权力的部门有必要加强对眼镜销售、宣传行为的规范和指导,引导经

>>>链接

我国近视总人数超过4亿 眼镜质量抽检不合格率为28%

根据北京大学中国健康发展研究中心主任李玲研究团队公布的《国民视觉健康报告》显示,我国患有不同程度远视力缺陷的总人群达3.45亿~3.51亿,远视力缺陷患



我国第一座TBM施工煤矿斜井顺利贯通

难题,研究提出了限压排放的差异性防水结构、能适应地层变形的管片衬砌结构等设计理念,通过实施斜井管片壁后分区域分类型注浆等技术方案,解决了长距离、大坡度斜井的工程建设难题。

据了解,传统的煤矿斜井建井工法,月进尺约100米,TBM的掘进速度是传统施工进度的4~5倍。同时,由于TBM掘进同步实施管片衬砌,成井质量高,设计寿命可达70年,矿井后期的运营及维护成本较传统工法成型

的斜井下降50%以上。

营者树立诚信经营意识,合法合规经营;同时,对眼镜店的宣传单、店堂广告、产品说明书等进行重点审查,严厉查处虚假、夸大宣传眼镜功效、使用材质的广告违法行为。

值得一提的是,线下之外,线上交易的发展对于实体眼镜店当下的乱象也有一定程度的修正。在“互联网+”时代,一些先进的眼镜制造企业,意识到大数据的重要性,尝试建立大数据平台,利用大数据分析实现眼镜个性化定制、用户市场等,同时利用互联网实现镜片与眼镜行业业务内外全流程的互联互通,根据用户个性化定制数据,建造智能生产流水线,实现生产工艺的柔性配置,提升生产效率 and 决策水平,降低库存及成本。

同时,利用互联网销售平台,可以实现工厂生产与消费者之间的对接,从而越过多层渠道商的成本加成,尽可能实现眼镜价格的透明化。

>>>链接

我国近视总人数超过4亿 眼镜质量抽检不合格率为28%

病率高达27.8%~28.27%。其中,98%以上的远视力缺陷属于轻度视力缺陷。我国近视的总患病人数在4.37亿~4.87亿之间。

预计到2020年,我国5岁以上人口的近视患病率将增长到50.86%~51.36%,患病人口接近7.04亿~7.11亿,患有高度近视的总人口将达到4000万~5155万人。

《报告》指出,我国视觉健康恶化形势严峻,视力损害患病率远高于全球平均水平,随着屈光不正快速低龄化,近视已成为影响当代和未来人口素质的“国病”。

另外,国家工商总局此前公布了流通领域眼镜质量抽查检验结果:共抽取样品516批次,全部项目合格的有369批次,不合格样品147批次,不合格检出率为28%。

涉及不合格的品牌包括暴龙、JEEP(吉普)、PORTS、百视力、雷朋、GUCCI、国色天香、索尼、克莱顿、泰富博士、诺贝儿、艾格视点等。

其中,抽检镜片(包括光学树脂镜片、树脂镜片)不合格检出率为17%;抽检眼镜架不合格检出率为71%。(本文图片均由视觉中国供图)

中国煤矿文联举行成立20周年座谈会

本报讯(记者王群)日期,中国煤矿文联成立20周年座谈会在京召开。自1995年中国煤矿文联成立以来,按照“立足矿区、服务矿工”的根本宗旨,保持了煤矿文化工作与煤炭经济建设的同步发展,形成了一整套较为完善的富有煤炭行业特色的运作模式,推动了煤矿文化工作健康有序发展。尤其是根据煤炭行业文化特点,精心打造的中国煤矿艺术节、寻找感动中国的矿工等活动,已经成为深受煤矿职工和家属喜爱的文化品牌,为我国煤炭工业全面协调、可持续发展作出了贡献。

20年来,中国煤矿文联推出一大批思想性、艺术性俱佳的精品力作,为煤矿职工提供了丰富多彩的精神食粮。会上还对为繁荣煤矿文化艺术事业作出突出贡献的文化艺术工作者和煤矿文化艺术“乌金大奖”获得者进行了表彰。部分基层单位代表介绍了各具特色的文艺活动。参加座谈会的还有中国煤矿文联历任主席、副主席,全国产(行)业文联的代表,全国各煤炭企事业单位文化工作者和文艺创作骨干的代表。

年度(世界品牌500强)发布 长虹291位

本报讯 由世界品牌实验室(World Brand Lab)编制的2015年度(第十二届)《世界品牌500强》排行榜,12月15日在美国纽约揭晓。长虹列世界品牌第291位,比去年上升了5位。据悉,中国内地入选的品牌共有31个,其中入围百强的品牌有工商银行、CCTV、联想、海尔、中国移动等。

“长虹能在国家电行业整体不景气的环境下保持强劲品牌增长力,主要得益于长虹的智能创新及品牌年轻化战略。”行业分析人士指出,长虹2013年启动的智能转型战略效果正逐步显现,今年以来,长虹先后推出了移动互联网电视、物联网手机、裸眼3D电视等,推出了智慧物业、智慧医疗等新业务。同时,加速布局白电产业和全球化运营,长虹旗下华意压缩是全球最大的家用冰箱压缩机制造商,占有全球近20%的市场份额,是中国为数不多具备全球行业主动权和话语权的家电企业。可以说,2015年是长虹公司启动智能转型战略以来步子迈得最坚实的一年。(东升)

搭建多种服务平台助力企业走出去

本报讯“多亏了国税部门的退税绿色通道,帮我们办理了1300多万元的出口退税,这真是雪中送炭呀!”近日,收到退回的税款后,威海万丰镁业科技发展有限公司相关负责人激动地说。

借“一带一路”战略的东风,走出去布局海外,是当下万丰镁业重要的发展目标,但遇到资金周转困难。威海高新区国税局获悉该情况后,决定以出口退税为突破口,助企业渡过资金难关。威海高新区国税局指派专人指导企业及时申报核销,在受理后2个工作日内,就帮助该企业顺利完成了出口退税工作。“今年我们在全市3548户出口退税企业中确定了15户企业作为首批出口退税重点企业,为他们快速退税22.7亿元。”市国税局进出口管理科负责人说。随着“一带一路”国家战略的推进,越来越多的企业走出国门。对此,威海国税部门搭建多方联动服务平台,依托税务咨询“12366”平台,设置“走出去”企业服务专岗,提供税收策略咨询,开通解决税务争端的“网上直通车”。(张桥飞)

利用微信平台调动职工积极性

本报讯 近来,河南省电力公司三门峡供电公司通过建立微信公共平台,发布班组管理动态、业务知识、安全用电宣传等,让职工及时了解公司和班组动态;通过微信群反映意见建议,让每一个班组成员随时随地参与班组管理。

据了解,为进一步落实班组长主管理,畅通沟通渠道,正确把握改革的力度,及时发现隐患、化解矛盾、确保安全管理不留死角,实现队伍稳定,特建立了这一微信平台。该平台设置了多个主题专栏,如班务公开方面,设置了“建言献策”栏目的微信墙,将工作条例、奖惩办法、奖金分配等放在微信墙上。通过微信平台,班组成员随时随地可以针对生产问题展开讨论、交流。职工在“微互动”版块中,不仅聚集班组的新闻,还关注员工的日常生活,使得大家在朝夕相处中增进了解,形成技能互学、困难互帮、经济互助的亲密关系。该公司工会领导说,微信平台通过两个多月的运行,培养了班组成员的团队互助的友爱精神,提升了凝聚力,进一步锻炼了班组的创新能力。(赵作建 杨建光 王静雯)

■本报记者 吴凡 摄影报道

近日,有消息称,北京市二环内最后一家成规模的花鸟鱼虫市场——陶然江亭观赏花卉市场将关停退出。12月16日,本报记者在市场门口看到贴有通知:“奉上级指示,北京陶然江亭观赏花卉市场定于2015年12月31日停业、撤市。”落款日期为12月1日。据了解,该市场整体占地2000平方米,由数十个小屋组成,主卖花鸟鱼虫,兼卖各类古董、文玩,运营至今已有14年的光景了。曾经,北京二环内有许多类似的小型花鸟鱼虫市场,目前都已拆迁迁往他处,这是二环以内的最后一家。

一位叫铁迪的花店老板说,到明年,她的店将搬到北三环的黄寺附近,经营场地是一个大楼,不像现在这样挤在一个小屋里面。

在这个市场里面,约半数的经营者都是“老北京”。这几关停之后,他们将不得不离开这个生活多年的地方。



北京二环内最后一家成规模的花鸟鱼虫市场将关停