



雅芳乱源

一份霸王合同背后的经营困局

本报记者 仲爱梅

在合同上签字的那一刻，祁女士的心里也已经做出了选择：处理完手里的这批存货后，说什么也要跟雅芳说“Bye-Bye”！

“明知道这份合同不公平还得签，实在是太令人郁闷了！”即使是在网络的那一端，这位雅芳的经销商字里行间依然满是愤慨：“可是不签又能怎么办呢？！我认识的专卖店10个有9个都续约了，为啥？因为大家手里都有大量的库存和积压，不签就会变成黑店！”

价格之乱

这不是故意让人下不来台吗？雅芳给直销员的最低折扣就是7折，专卖店却能卖到6.5折，“就算我一分钱不赚也干不过人家啊！”

9月8日，济南，家乐福一楼雅芳专卖店。记者询价后得知，在雅芳系列产品中拥有较高知名度的新活再生霜，原价210元，在这儿的零售价格是126元，相当于原价的6折，另外还可获赠雅芳眼膜等赠品。

而在省城的另外两家雅芳专卖店，同样包装、同样容量的新活再生霜，两个店主开出的零售价格也各不相同：一个是6.5折、136.5元，另一个则表示最低可以5.8折即122元拿货。

网上的价格更是千差万别，从五六十元到一两百元不等。尽管不排除有不法商家借机售假的可能，雅芳的价格之乱也早已是业内公认的事实。

“没有最低价，只有更低价”，“雅芳乱价，遍地开花，只要你敢想，什么价都有”……在百度贴吧的“雅芳吧”里，类似的帖子随处可见。记者注意到，从雅芳的经销商、直销员到普通消费者，大伙儿关心的基本都是同一个问题：“雅芳的产品到底能打多少折扣”、“多少钱买到最划算”。

“跟安利等其他直销企业不一样，雅芳的产品从来就没有所谓的统一正价，

人家啊！”王英说，这件事情让她对雅芳的品牌彻底失去了信心，做了没多久就干脆退出来了。

管理之失

“雅芳的管理就是压根没管理！你卖7折，我就卖6折，你卖6折，我就卖5折……市场越来越乱，价格越来越低，结果就是谁都没的赚！”

王英不知道的是，以低价PK掉直销员、赢了顾客的经销商们也一肚子苦水：雅芳给专卖店和直销员的折扣分别是6.3折和7折，虽然经销商可以分享提货直销员9.5%的业绩返利，也就是说，按原价的6.1折拿货，但算上店铺费和各种成本，这笔好不容易“抢”来的买卖很可能还要赔钱。

既然无利可图，为啥还要拼命去抢？“表面上看是赚不到什么钱，但可以冲业绩。”祁女士一语道破天机：在雅芳，经销商拿货越多充量越大，得到的折扣点数就越多，还能拿到和别人不一样的货，比如特价商品、赠品等，兑现后也一样可以作为销售收入入账。此外，雅芳还会按照经销商的业绩向其返还不等的现金，因此，即使这笔买卖赔了，大的经销商依然有赚头。

记者了解到，与直销员相比，经销商不仅运营成本高，销售压力也大：2009年以前，雅芳对精品店的进货额标准是2.5万元，专卖店的月订货金额最低是7000元；2009年以后，最低金额分别提至3.5万元和1.5万元，增长了10%左右。如果连续两个月都不能完成订货任务的话，经销商就会被降级，甚至被封掉专卖店账户。于是，为了保住资格，经销商必须每个月都订货；进来的货卖不出去，囤货等问题也随之出现；而为了处理库存，一些经销商只能转向经营黑店，或者通过大量进货拿到更低的进价，再在别的地区以低于当地市场的价格销售。

(下转B02版)

价格乱得一塌糊涂，专卖店、直销员之间更是经常互相砸价、互相拆台，这么乱怎么做啊？”曾做过一段时间雅芳直销员的王英(化名)告诉记者，有一回，她刚按7折的价格给同事订了一套雅芳的产品，同事就在附近一家雅芳的专卖店里拿到了6.5折的更低折扣。

“这不是故意让我下不来台吗？雅芳给我们直销员的最低折扣就是7折，专卖店却能卖到6.5折，就算我一分钱不赚也干不过