茅台出厂价上调20%-30%

仅为部分产品，称不涉及市场指导价，经销商称临近中秋、国庆，白酒价格已经上涨

新京报讯 （记者李静） 在今年春节后经历了终端零售价格接连下跌之后，茅台公司开始上调产品出厂价格。昨日晚间，贵州茅台发布公告称，为更好地统筹兼顾各种因素，经研究决定，公司自本月1日起适当上调部分产品出厂价格，这些产品平均上调幅度约为20%～30%。

不涉及市场指导价

贵州茅台昨日表示，此次调整不涉及公司产品的市场指导价格。此次价格调整将会对公司今年经营业绩产生一定的影响。

记者了解到，贵州茅台上次提价公告时间为2010年12月15日，其时，茅台公告称，“决定自2011年1月1日起适当上调产品出厂价格，平均上调幅度为20%左右。”

茅台昨日因“重要事项未公告”而全天停牌。停牌前报收219.76元。

据媒体报道，上海一位茅台经销商证实，已经接到厂家提价的文件。此前，53度飞天茅台的出厂价为619元，一批价约为1400元，价差高达800元。分析人士认为，茅台上调出厂价以后，团购价、一批价等也将跟随上调。

经销商售价已有上涨

对于茅台酒的此次涨价，昨日有经销商表示，并不感到意外。记者昨日从北京一家茅台等高端酒经销商处了解到，伴随着中秋节的临近，近日以茅台、五粮液为主的高端酒已经开始有涨价势头。

今年春节过后，受政府对“三公经费”零增长的要求以及经济增速下滑影响，高端白酒市场一度遇冷，终端价格也一降再降。

而对于今年春节后茅台终端价格的接连下滑，茅台集团相关负责人在5月下旬接受本报记者采访时曾表示，降价并非是公司行为，今年以来公司生产销售都是正常的。

昨日在朝阳区一家经营茅台五粮液等高端酒的负责人向记者介绍，近期茅台、五粮液价格有小幅的上涨。

该负责人介绍，每年中秋、国庆节茅台、五粮液等高端酒都会迎来销售旺季，价格也会随之上涨，但今年因为政策限制有些特殊，茅台此次调价既在情理之中，又在意料之外。

茅台上个月发布的财报显示，尽管面临“限三公”等不利的消息，但其上半年净利仍达到69.96亿元，超去年同期20亿元。值得注意的是，茅台酒的毛利率更是高达92.01%，远远超过五粮液等其他白酒。

■ 相关

经销商不会“赔本赚吆喝”

对于茅台公告中所称的此次调价为上调部分产品出厂价格，不涉及公司产品的市场指导价格。有经销商表示，出厂价上调必然会影响到其店里的经营利润，到时候最终售价调不调整，只能根据市场决定，店里不可能“赔本赚吆喝”。

（李静）

昨日，百度创始人李彦宏宣布开放百度云能力，为开发者赋能。 图/CFP

百度开放核心“云能力”

李彦宏称进入“云开发时代”，用户可获得100G云空间

新京报讯 （记者刘夏） 昨日，百度召开一年一度的“百度世界大会”，并宣布将最核心的云能力开放给开发者。百度创始人兼CEO李彦宏表示，这是百度首次将云存储、大数据智能、云计算三大核心云能力开放出来，因为当前应用开发已经进入到“云开发时代”。

三款产品新增云功能

记者使用百度账号登录百度云后，发现首页云服务包括网盘、通讯录、相册三大项，同时，音乐、短信、文库服务标识为“敬请期待”。记者还通过绑定手机、外链分享共获得了100G云空间扩容，提示显示“100G使用期限：一年”。

百度移动的云事业部总经理李明远昨日重点发布了百度地图、百度浏览器、百度相册等三款核心产品与云相关的全新功能。

“云相册将解决多端同步的问题。”李明远称。他还演示，两台手机通过“摇一摇”实现了图片的云端传输。

此外，他发布了下一代百度智能地图的“室内定位功能”，并表示接下来会推出室内导航。

以云端支持移动互联

昨日百度大会上，被李彦宏称作核心云能力“七种武器”中的三种首次亮相。分别为多屏幕Screen X技术、百度移动云应用生成服务和百度移动浏览内核。以Screen X为例，该技术可以使一个应用放在多屏幕、多设备上使用，利用其进行不同乐器间录制编曲。

其他“武器”包括此前已陆续曝光的还有百度个人云存储、LBS·云、百度移动云测试中心、百度应用引擎等。

据了解，已经有众多开发者在使用百度云平台的开放资源进行开发。

■ 相关

李彦宏避谈搜索大战

8月底，百度与奇虎360展开的搜索攻防大战成为业界关注的热点。在此次百度世界大会上，李彦宏及百度的高层们均对此问题避而不谈。

有分析认为，流量的前端争夺只是搜索大战一部分。在这次百度世界大会上，李彦宏提道，搜索天生就是最大的云应用。从李彦宏发布的云能力来看，百度已经把自己定义为一个开放的平台，用户使用这个平台搜索，其最终目的是想要得到某种应用，即Web App，这种模式其实是一种更加具有普适性的搜索服务。从这一点看，似乎可以说，百度已经用新战略回击仍处在流量争夺层面上的搜索大战。

苏宁电器更名“苏宁”

去电器化战略落地，新开超级店家电和百货各占50%

新京报讯 （记者林其玲） 昨天，苏宁宣布线下门店进行第三次转型，推出“去电器化”新一代实体零售店“苏宁Expo超级店”，品牌LOGO由“SUNING苏宁电器”调整为“SUNING苏宁”。其中北京首家超级店将于9月28日开业。

此前，苏宁的实体店面形态已完成两次转型：1999年从单一空调转向综合电器品类，2006年从传统家电为主转向3C、传统家电并重。去年苏宁发力电子商城苏宁易购，进军百货业，随后苏宁在部分实体店也试水百货产品。

苏宁总裁金明表示，Expo超级店颠覆传统电器卖场的经营模式，家电品类和百货品类的占比为5:5。

据悉，9月下旬北京联想桥、上海长宁、广州达镖国际、南京商茂广场等4家苏宁核心旗舰门店，将率先升级为首批“苏宁Expo超级店。

责编 徐超 图编 李冬 美编 叶绿 责校 李新荣