

财经快讯

前5个月 我市国税收入突破100亿

本报讯(记者 卢文军 通讯员 邢军)昨日,郑州市国税局传来消息,今年1至5月份,全市累计入库国税收入突破100亿元,达到103.33亿元,同比增长30.26%。

今年以来,市国税局大力加强税收征管,规范税收执法,优化纳税服务,在全市集中开展了“一整治、四加强、一优化”活动。针对薄弱环节,深入开展商业税收专项整治,集中查处税收收入所占比重较大,税负偏低的汽车经销、建材经销、大型零售企业、金属及金属矿批发、成品油经销、煤炭经销、家电经销、医药经销等商业重点行业典型案件。加强重点税源管理,实行重点税源重点管理,对销售收入、税收收入增长不同步,税负异常的重点评估,加强税收分析。前5个月全市593户市级以上重点税源入库税收72.08亿元,占全市税收的69.75%。

时令水果“绿肥红瘦”



本报讯(记者 李瑞蕊 文/图)进入6月,红极一时的菠萝、草莓、樱桃等春季水果逐渐被夏季时令水果所替代。昨日,记者在水果市场调查得知,夏季时令水果价格也是“绿肥红瘦”。“荔枝10元4斤了!”在不少水果市场和社区摊点,都会有水果商贩打出如此低价招牌,吸引了不少顾客挑选。一位水果摊主黄先生告诉记者,由于现在正值荔枝大量上市的季节,价格相比半个月前的每斤6元有了大幅回落,加上荔枝保存期限较短,保存成本也高,只能打出低价以此招徕买主。此外,半个月前还保持在较高价位的西瓜价格也每斤1元降至0.7元左右。但一些刚上市的季节性水果的高价位,还是让许多市民望而却步,新鲜的葡萄每斤8元,美国大樱桃每斤10元……记者看到,在这些水果摊前经常会有人来问价格,但很少有人买来“尝鲜”。

空调商战变阵 “服务战”取代“价格战”

本报讯(记者 张立)“保修10年,终身维修”、“两小时内安装”,今年夏季的空调卖场里,这样的促销词语众多。业内人士分析,从以往的“价格战”到今年的“服务战”,应该是整个行业的进步,对消费者和厂家都是好事。在二七广场国美电器商场,空调区的营业员忙得不可开交。一顾客说:“现在买家电比较看重服务,售前、售后服务不好让人放心不下。”销售人员告诉记者,今年大多数品牌将整机包修的年限有所延长,目前海尔、美的、春兰、海信、奥克斯等国内外知名品牌都将保修期延长到10年。在安装服务方面,有的卖场还打出最快两小时安装到位的口号,也最大限度突破了传统的安装期。某商家还推出“挑战服务极限”行动:顾客指定时间送货安装,普通顾客可享受交款内6小时送货安装到位。有业内人士分析说,增加服务肯定会增加成本,但对于空调销售而言,各家卖场的产品基本一致,空调战最终就是服务战。

包装日期变身生产日期 散装食品保质期内难保质

本报讯(记者 李瑞蕊)“周末逛街时在超市买了包装好的瓜子,话梅等食品被理货员用小包进行包装。记者看到包装上标注的生产日期是2007年6月14日。”“为什么不标注食品原有包装上的生产日期?”记者向理货员询问,理货员说原有包装都在库房里,还要到库房里取,可直到记者离开,理货员也未拿来原包装。记者随后又到经三路的某超市,在散装食品区,一位理货员正在往装蜜饯的桶里补货。桶里原本剩下的一些蜜饯,被刚倒进去的蜜饯压在下面。补完货,理货员又拿起包装袋,将蜜饯装成几个小包。记者拿起一看,包装袋上的生产日期都是当天的。“这些蜜饯的生产日期和保质期是怎么定的?压在下面的会不会过期?”面对记者的询问,理货员表示,生产日期就是包装日期,保质期是包装标签打出来时就有的。根据《散装食品卫生管理规范》要求,经营者销售的直接入口食品和不需清洗即可加工的散装食品,应由专人负责销售,并为消费者提供分拣及包装服务。由经营者重新分装的食品,其标签应按原生产者的产品标识真实标注,必须标明以下内容:食品名称、配料表、生产者和地址、生产日期、保质期、保存条件、食用方法等。由于生产日期不能等同于包装日期,因此消费者在购买散装食品时要多留个心眼。

本周日是“父亲节”,为了向父亲表达感恩之情,不少年轻人开始着手准备父亲节礼物。绿城商家更是不愿错过这个大好商机,推出各种优惠活动来吸引顾客。

也给男人一片温情

商家“父亲节”前的亲情促销

■本报记者 高凯文 赵文静 图

打出折扣牌吸引顾客

昨日上午,记者在北京华联看到,诸如刮胡刀、皮带、打火机等男性用品,都打出促销的牌子来吸引顾客。而像领带、衬衣等男性服饰专柜也都跟着热销。

“去年‘父亲节’时,没有送老父亲什么东西,今年提前买好。老父亲一直想有个刮胡刀,我就花600多元给他买了个。在‘父亲节’当天送给老父亲。”顾客陆明豫对记者说。

在四楼一处男装专柜,“父亲节”的促销活动吸引了不少顾客。售货员王丽告诉记者,这两天有不少顾客前来购买衬衣、西裤等夏季服装,像时下正穿的短袖衬衣,一天能卖个百十件。此外,价格昂贵一些的衣服,平时卖的一般,但这两天销量非常好。

随后,记者又走访了二七广场附近的其他一些商场,商场内都推出了“父亲节”的优惠活动,男性用品都卖得非常好。

面包房也来分“蛋糕”

记者在红旗路一家面包房看到,店门上

贴着“父亲节”蛋糕5折销售的促销说明。来该店订蛋糕的孙琳告诉记者,她父亲今年72了,为父亲过“父亲节”是从前年开始,先前他并不知道这个节日,是她的女儿在“父亲节”给丈夫送了礼物,她才开始给自己的父亲过“父亲节”。

“这两天已经收到了30多个蛋糕订单,16个都是‘父亲节’用的,价格多在70元左右。顾客要求很特别,要求祝寿用的蛋糕不一样,要打上感恩的话。”该店的店主许良对记者说。

记者在蛋糕预订的记录上看到顾客要求打在蛋糕上的字:亲爱的父亲,是你养育了我们,你为家付出了很多,我们祝您身体健康。随后,记者又走访了文化路和黄河路上的一些面包房,发现不少面包房都挂出了“父亲节”蛋糕促销牌子,来吸引顾客。

书店、理发店纷纷出手

在中原图书大厦,记者看到,一些保健养生、书法等方面的书籍销售区,也打出迎“父亲节”促销的牌子。前来购买毛

笔字帖的顾客谢娜告诉记者,送父亲的礼物,不一定要非常贵重,但一定要有品质,并能迎合父亲的心里。她的父亲非常喜欢练字,就决定选几本名人字帖在“父亲节”当天送给父亲。

理发店也不甘错过这么好的商机。记者在西里路一家理发店的店门上看到贴着这样的促销告示:“父亲节”带父亲来剪头发,只需付一个人的钱。

“我这个活动一推出,有好多市民带着自己的爸爸来剪头发。最大的年龄都有80岁了,理发师做不了老年人的头发,我们就找专业的同行。有顾客想尽孝心,我们不能扫人家的兴。”该理发店的店主余伟锋对记者说。

随后,记者又走访了市区其他一些地方的书店和理发店,不少商家都推出了“父亲节”的各种促销活动,争赚“父亲节”的钱。

不过,鉴于每年“父亲节”都会有市民反映权益被侵害的情况,市消协提醒广大消费者,消费不要盲目,注意促销产品的质量,以避免自己的权益遭到侵害。

沪深股市震荡回调 跌幅双双超过1%

新华社上海6月14日专电(记者潘清)经过连续7个交易日的持续反弹之后,沪深股市14日震荡回调,跌幅双双超过1%。

当日上证综指以4162.21点跳空14点低开,走出一波震荡整理行情。全天摸高4179.73点,探低4085.78点,收盘报4115.21点,较前一交易日下跌1.47%,全天振幅为2.25%。

深证成指当日报收于13666.28点,跌幅为1.05%。

与前两个交易日相比,当日沪深股市成交量有所萎缩,分别成交1895.71亿元和1023.16亿元。

伴随股指双双调整,沪深两市绝大多数个股出现不同程度的下跌,告跌的交易品种数分别达到624只和458只。不计算ST股票和未股改股,两市近30只个股涨停。

前一交易日领涨大盘的权重指标股,当日除中国平安和大秦铁路外,均出现了超过或接近2%的跌幅。

铜铝冶炼和有色金属当日逆势上扬,涨幅靠前。信托板块则由安信信托涨停,而出现了较大的整体涨幅。

ST板块出现了两极分化的走势,在一部分个股涨停的同时,不少个股出现跌停,显示题材股炒作蕴藏较大投资风险。

人民币汇率中间价再创新高 累计升值近6.35%



证监会副主席屠光绍称 推出股指期货没有时间表

新华社北京6月14日专电(记者贺伟 李凯)中国证券监督管理委员会副主席屠光绍近日在接受新华社记者专访时表示,推出股指期货没有时间表,中国证监会目前正在抓紧做各项准备工作。

屠光绍表示,目前的准备工作包括与股指期货一起推出的相关各项法规以及主要的一些规章制度。从市场制度和基础设施建设方面,监管部门已经逐步开始建立防范和化解期货公司风险的长效机制,做好风险监管的整体架构。此外,投资者的教育培训工作也已提上议事日程。

据了解,股指期货,是一种以股票价格指数作为标的物的金融期货合约。自1972年美国芝加哥商品交易所推出外汇率期货交易以来,股指期货交易在发达国家已有几十年的历史,而我国金融期货交易所2006年9月才成立。

快言快语

本土商业品牌何时重演市场主角

□成燕

还记得12年前吗?乔赢在郑开办的首家“红高粱”快餐连锁店亮相二七广场。不久,他便把“红高粱”叫板“麦当劳”的大旗插到王府井大街。此后几年间,“红高粱”先后进入全国30多个城市开设分店。最终,断裂的资金链让乔赢的连锁梦戛然而止。无独有偶,十多年前,如日中天的“亚细亚”也在遍插“什村百货”连锁大旗时轰然倒地。

时隔12年后,乔赢再次复出,支撑他前行的,除了“康酷食速”这一新品牌,还有他执著的商业连锁梦。

窥斑见豹,12年间,郑州商业在连锁路上又走过了什么历程?从上世纪90年代中期,郑州商业陷入前所未有的低谷,几大国有商场苟延残喘,新兴商场还处于艰难的养店期。所幸不久,在两朵金花金博大与丹尼斯的“龙虎斗”中,郑州商

业逐渐走出低潮,步入上升期。但是,随着2006年6月1日,大连大商正式接手金博大,金博大这个培育9年的本土品牌在还未敢迈出扩张步伐时就早早消逝。取而代之的是大商集团铿锵有力的中原拓疆步伐。

为何以商战闻名的郑州一直鲜见知名本土商业连锁品牌?这个问题,值得业界深思。近年,当众多国内外商业巨头高举扩张大旗之时,除了丹尼斯在河南大力发展连锁店外,郑州本土商业品牌的连锁之路一直未见突破。相反,从2001年起,国美、北京华联、世纪联华、苏宁、五星、家乐福、大商等国内外商业品牌却长驱直入,在郑跑马圈地。不可否认,在国内外商业兼并、重组浪潮中,外来商业巨头势在必行在郑攻城略地,对撞不可避免。但是,想反问一句——郑州本土商业企业,在与狼共舞的过程中,你们难道甘当任人宰割的

羔羊吗?郑州商业为什么不能走出几只“狼、虎、豹”呢?

郑州商业正面临着新旧体制交替的关键期,新一轮变革风生水起。种种事实,都让人感到,郑州商业又面临新一轮上升期,郑州商业的精彩故事又将续写。只是,其中的主角会是谁呢?

昨日,省会多家媒体刊登的乔赢复出餐饮江湖的消息,很让人兴奋,姑且不论乔赢新开张的“康酷食速”能走多远,单从他矢志不渝地实践连锁梦想这一行动中,就能让人感受到执著的魅力。

以执著为枪,以理想为旗,以扩张为路,在外来商业资本风起云涌之时,但愿更多郑州本土商业企业能在“与狼共舞”中学到扎实本领,但愿更多本土商业品牌能走出去,扛起连锁商业大旗,让“郑字号”企业遍布神州大地!

国家发展改革委: 两年调整一次定价范围内的药品价

据新华社北京6月14日电(记者 江国成)国家发展和改革委员会价格司副司长刘振秋14日说,有关媒体报道称我国今后不再大规模调整药品价格的说法“不准确”。政府调整药品价格是减轻群众负担的重要举措之一,“原则上我们将每两年调整一次政府定价范围内的药品价格”。刘振秋14日晚在接受中国政府网专访时说,多次调整药品价格的主要原因是列入政府定价范围的品种逐年增多。

我国药品价格管理经过几次调整,由过去的200多种药品扩大到2400种。

他说,纳入政府管理的药品多数经过价格放开后,由于市场机制不健全,药品价格虚高。“为了维护消费者的利益,同时保证市场正常供给,我们采取的是逐步降低价格的策略。”

刘振秋说,中央政府有关部门在提高政府定价科学性上也做了大量的工作,改进了药品的定价办法,规范了定价程序。



吃不完的西瓜可以寄存

大家平时在酒店里消费,酒喝不完,可以将剩余的酒寄存。郑州大学新校区四期工程的一个水果超市里,吃不完的西瓜,也可以为您寄存。

昨日,记者在超市看到,冰柜里放着一块块切开的西瓜,并且每块西瓜上都盖有一块颜色不同的塑料薄膜,薄膜下面都贴有一个标签和编号。超市老板张先生告诉记者,这些贴有标签的西瓜都是学生买的西瓜吃不完在这里寄存的。等下次过来的时候,按标签取走自己的西瓜。

本报记者 梁晓 摄