

洛阳牡丹文化节 旅游收入超百亿

本报讯(记者 成燕)记者昨日从省旅游局获悉,第30届中国洛阳牡丹文化节已于上周六闭幕。在为期一个月的活动中,共接待游客1965万人次,实现旅游总收入105.15亿元,同比分别增长21.3%、23.5%。

牡丹文化节期间天气持续晴好,洛阳满城尽是牡丹花,遍地都有牡丹元素,节日氛围浓厚,丰富多彩的文化、经贸、旅游、演艺等高水平活动陆续登场,产生了强烈的集聚效应。本届牡丹文化节旅游空前火爆,形成连绵不断的旅游接待高峰。国家牡丹园、王城公园、神州牡丹园、龙门、白马寺等景区内车水马龙,游客云集。国家牡丹园、神州牡丹园、王城公园的停车场爆满,道路两侧停靠车辆绵延数公里。“五一”小长假期间,国际牡丹园、神州牡丹园等处接待量平均在3万人次以上。众多郑州、西安游客乘坐郑西高铁来洛阳赏花旅游,郑西高铁成为赏牡丹旅游专线。

清洁业迅速发展 催生千亿元市场

据新华社北京5月6日电(记者 张辛欣)记者从6日召开的2012中国国际清洁产业博览会上获悉,当前国内清洁产业呈几何式增长的态势。仅在个人清洁领域,去年全年行业规模以上生产企业主营业务收入超过1000亿元,同比增长26.53%。

随着人们生活水平的提高,清洁成为社会关注的热点。清洁技术的运用不仅与人们日常生活息息相关,在节能环保、新材料、新能源、新能源汽车等领域也起到重要作用。

以节能环保为例,据预测,如果将80%~90%的普通洗衣粉替换为浓缩洗衣粉,每年可减少204万~230万吨化学品的排放。同时,每年可减少5.51万~6.21万吨塑料包装袋,缓解对环境造成的压力。

商家瞄准私人会所

本报讯(记者 王影)一线城市流行的私人会所,悄然进入郑州消费市场。记者调查发现,郑州的私人会所涉及洗浴、餐饮、住宿、保健、娱乐等消费领域,会员一般都是持卡消费,门槛都不低。所谓私人会所,就是具有特定消费对象、较为私密性的私人俱乐部。2009年,郑州一家知名休闲洗浴会所,将其中一家分店打造成“私人会所”,定位为纯高档顶级私人会所,只接待会员,不接待持现金的顾客。这里的会员消费,与其他家分店的消费相比,明显昂贵许多,动辄上千元。无独有偶,郑州不少商家也看到了这一商机,郑东新区一家私人健身会所的会员张先生表示:“这里的价格大概是普通健身俱乐部的两三倍,但是人少,私密空间很大。”

据了解,私人会所在北京、上海等城市发展历史已超过10年,在郑州还只是刚刚起步。据商务人士介绍,郑州的私人会所,有的认钱不认人,只有一个朋友圈儿的才能进来消费;有的认卡不认钱,现金再多也没用,只有先成为会员才接待;也有的卡和钱都不认,更看重身份和私密性,不达到一定层次和级别的,钱再多也甭想进来。

母亲节将至 温情经济升温

本报记者 郑磊

“买什么礼物送给咱妈?”随着母亲节将至,网友“异乡游子”的提议引得不少人纷纷跟帖。现实生活中,绿城商家也是各显神通,纷纷打出“亲情牌”招揽客源。记者发现,除了康乃馨等鲜花走俏外,不少年轻人选择购买珠宝首饰送给母亲,由此带来的“温情经济”悄然升温。

随着5月第二个星期天——“母亲节”将至,应景花卉康乃馨瞬间火爆。

昨日上午,记者来到陈寨花卉市场,提前为“母亲节”预订鲜花,发现虽然距“母亲节”还有一周时间,但来此预订鲜花的市民大有人在,其中以年轻人居多。“从五一一开始,康乃馨、百合等适合母亲节的花卉价格就水涨船高,现在康乃馨已涨到3元每支,估计到母亲节当天能达到10元每支。”一家花店老板何伟告诉记者,五一过后,康乃馨等花卉从经销商提货时价格就涨了,零售价目前就比平时翻番了。“有很多顾客提前一个月就定了花,价格相对便宜得多,所以订花要趁早。”

记者发现,虽然鲜花价格不断飙升,但仍然无法阻挡子女对母亲的感恩之情,花卉销量反而出现大幅提升。

记者周末逛了几家商场超市,发现不少专柜都摆出母亲节“亲情”促销的海报。在花园路一家商场,商家把五一促销延续到“母亲节”,且优惠力度不断升级,许多百货促销力度直逼五一。该卖场负责人李静告诉记者,母亲节炙手可热的礼品除了按摩椅外,豆浆机、电饭煲等生活电器也是不少市民的首选,“从五一到母亲节,相关产品销量比平时增长30%左右。”

此外,二七广场一家商场适时推出“我心中的母亲”评选活动,获得“最具人气母亲”就有机会获赠精美礼品或手机充值卡,吸引了不少市民参与。相对来说,如今不少年轻人纷纷选择购买珠宝首饰作为母亲节礼物,这也成为一种趋势所在。“母亲为我们的成长付出太多,现在该是回报的时候了,所以今天特意来给她挑选一枚金戒指。”在二七路一家珠宝店,正在挑选金饰的李鹏如是说。

“随着母亲节临近,为母亲选购黄金饰品的顾客越来越多。”该店负责人薛女士笑逐颜开地说,黄金有富贵吉祥的寓意,已成为馈赠长辈表达孝心的上佳选择。

猪肉价格持续3个月下跌

原因:周期性供给过剩 部分养殖户抛售生猪 消费淡季需求下降

本报讯(记者 侯爱敏)持续一年多的高肉价时代将告一段落。记者昨日从省地方经济社调查队获悉,该队食品价格监测结果显示,自今年1月下旬以来,我省猪肉价格持续下跌,最大跌幅达每千克6.82元。

1月下旬以来,我省猪肉平均价格持续下跌。后腿肉平均价格由1月下旬30.96元/千克下跌至4月中旬25.35元/千克,每千克下跌5.61元,下跌幅度为18.12%;比2011年7月最高价格32.06/千克下跌6.71元,下跌幅度为20.93%;2、3月份环比价格分别下跌4.53%、5.01%。五花肉平均价格由1月下旬29.30元/千克下跌至4月中旬23.33元/千克,每千克下跌

5.97元,下跌幅度为20.38%;比2011年7月最高价格30.15/千克下跌6.82元,下跌幅度为22.62%;2、3月份环比价格分别下跌4.22%、6.16%。

该队有关负责人昨日分析,导致本轮猪肉价格下跌的原因来自三方面:首先,生猪生产的周期性导致供给过剩。生猪生产的波动规律大约是2至3年一个周期。本轮波动周期自2010年6月起涨,至2011年7、8月份达到高峰,2012年1月下旬开始下跌,截至目前已下跌3个月时间。受养猪行业利好形势及政府鼓励养猪政策的驱动,2011年下半年养殖户大量补栏,养殖规模快速扩大,导致目前生猪集中上市,市

场供大于求,从而引起价格下跌。

其次,收益不断下滑导致部分养殖户开始抛售生猪。今年以来,由于养殖成本不断提升,市场价格持续下跌,收益不断下滑。部分养殖户以及追逐高额利润的投机户出现低价抛售生猪现象,从而助推猪肉价格下跌。

再次,猪肉消费淡季导致需求下降,成为肉价下跌的又一推手。随着夏季来临,肉类需求相对减少,猪肉销售淡季随之而来,价格下跌也在所难免。

该负责人表示,若生猪价格继续走低,极有可能诱发新一轮的生猪生产周期性波动。



近日,国内首条高速公路——上海沪嘉高速收费设施拆除工作已经展开,目前,沪嘉高速公路的收费亭已经全部拆除完毕。

全长18.5公里的沪嘉高速是国内第一条高速公路,于1984年开通,1988年通车。上海从2012年起将沪嘉高速公路调整为城市快速路,全面取消收费。

图为5月6日,车辆从拆除收费亭的上海沪嘉高速公路南翔收费站经过。

新华社发

全市产业集聚区 首季营收增四成

本报讯(记者 侯爱敏)统计局的数据显示,今年以来,全市产业集聚区呈现良好快速发展态势。一季度,全市产业集聚区完成营业收入1446.9亿元,同比增长40.3%。

其中,省级产业集聚区完成营业收入948.5亿元,同比增长54.5%。规模以上工业企业成为各产业集聚区的顶梁柱,一季度完成主营业务收入1160.2亿元,占全市产业集聚区全部营业收入的80.2%。营业收入超过100亿元的产业集聚区有3个,分别为郑州市经济技术开发区、郑州航空港产业集聚区和郑州市高新技术产业集聚区,营业收入分别为262.6亿元和182.3亿元和117.4;营业收入位于50亿至100亿之间的有3个,分别为登封循环经济工业园、巩义市产业集聚区和中牟汽车产业集聚区,营业收入分别为86亿元、70.2亿元和65.8亿元。

假期旅游带动 税收同比大增

本报讯(记者 侯爱敏 通讯员 沈建伟 胡朝军)五一小长假游人如织,旅游热潮也带动税收收入迎来小高峰。昨日从金水地税局传出消息,小长假期间,该区部分热门景点税收收入呈现超过20%的增长。

市海洋馆今年五一小长假共实现税收7.05万元,同比增长24%。五一三天假期,海洋馆共接待游客2.3万人次,门票收入209.88万元,同比增长24.22%。市动物园假期共接待游客10万人次,门票收入245万元,同比增长32.43%,实现税收13.72万元,同比增长27.91%。据该局有关负责人昨日介绍,其他景点的税收收入均有不同程度增长。

高端企业家沙龙 探讨基业长青秘诀

本报讯(记者 赵文静)企业怎样才能长寿?有没有以资借鉴的“长寿”基因?近日,由省工商联、省社科院、省民营经济研究会、企业观察家杂志社联合举办的“中国式基业长青·高端企业家沙龙”在郑州举行,省内著名专家、本土知名企业家齐聚一堂,深度探寻企业基业长青的发展基因。

金融危机、市场经济的急速推进,让中国企业外部的制度规则、市场环境和内部的治理模式、运营机制都经常性地发生变化。“企业要能够长久地做下去,第一,是必须有自己的灵魂,也就是企业的核心价值观。第二,企业一定要完成由机会性导向向战略性导向的转变,并且找到与企业战略性匹配的商业模式。如果一个企业进入了稳健的、可持续的发展状况,它就已经具备了伟大企业的基因。第三,企业要不断提升核心竞争力。第四,企业一定要形成与社会的良性互动。”省社科院院长喻新安从宏观上道出了企业基业长青的几个必备因素。

省商业经济研究所所长张进才则认为,生存在不同体制下的企业,基业长青的要素可能都是不一样的,需要企业家孜孜不倦地去追求。同时他也认为,中国经济的高速成长以及内在的持续创新能力和动力,使中国产生基业长青的企业已经成为必然。

提起河南本土企业,有许多已经具备了基业长青的发展基因。宛西制药成立34年;金星、长葛宇龙、黄河旋风,成立30年;少林客车、瑞光印务,成立29年;双汇集团、新飞电器;太行振东,成立28年;金龙铜管集团成立25年;华英成立21年;建业、三全、好想你,成立20年……它们在中国乃至世界的版图中,正在不断占领着重要领域,其品牌影响力越来越强,国际化力量也日益彰显。

理财产品难觅5%收益率

高收益时代一去难复返

新华社记者 桑彤 王淑娟

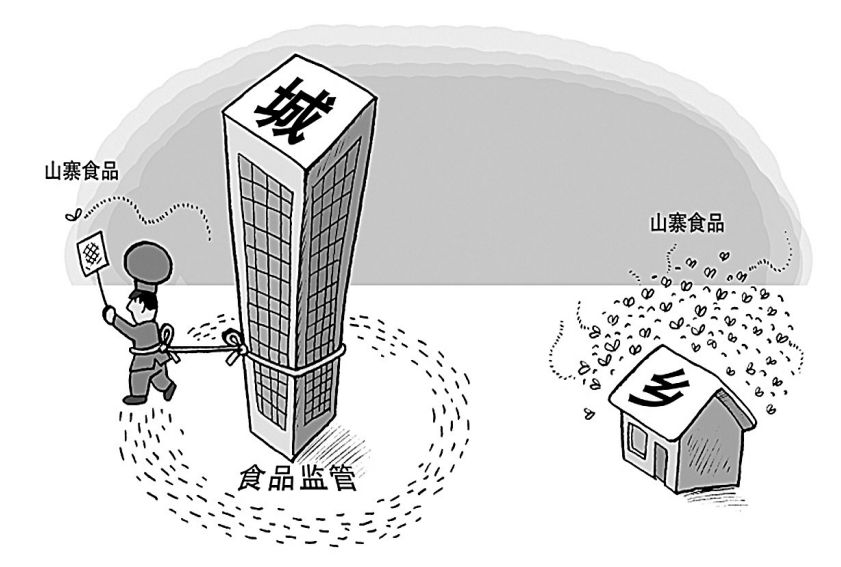
画说财经

食品监管

民以食为天,食以安为先。当城市对地沟油、非法食品添加剂和劣质食材追取得成效时,我们却看到农村已然成山寨食品的集散地,而且随着监管的滞后,山寨食品泛滥还有愈演愈烈之势。

记者近期走基层时发现,在宁夏农村的小卖店里多次遭遇山寨食品,不是买到“健的橙”就是遇到“营养快线”或者“康师傅”。拿着这些包装几乎可以乱真,但质量大相径庭的山寨食品,让人啼笑皆非。

新华社发



财经聚焦

银行理财“量价齐跌”

“五一后银行短期理财产品的收益率下跌了不少,上个月还能达到4.8%~5%,现在只有4.7%了。”长期购买银行短期理财产品的上海白领韩小姐颇有几分无奈。

事实上,受资金面宽松的影响,近期银行理财产品收益率持续走低,多数中短期产品收益率已“跌破”5%。

记者走访上海多家银行网点后发现,收益率能达到5%的短期理财产品几乎“难觅踪影”。其中,1~3个月的短期理财产品收益率多在4.7%以内,3~6个月产品则以4.8%~4.9%居多,能达到5%的产品寥寥无几。

以某家银行一款理财周期同为103天的债券型保本收益产品为例,今年3月底发行时的预期年化收益率为4.4%,而在4月底的发行中,收益已降至4.0%。

银率网数据库显示,4月各商业银行共发行理财产品2002款,发行量微降。而从产品收益率上看,除投资期限1个月的产品外,其他短期产品的收益率全线下跌。

实际上,从今年春节过后,银行理财产品就出现“量价齐跌”的局面,尤其是短期产品的收益率更是一路下行。

数据显示,今年一季度,投资期限在1个月以内的理财产品平均预期收益率为3.9%,较2011年4季度下降0.2个百分点;1~3个月理财产品平均预期收益率为5.0%,环比下降

理财产品难觅5%收益率

高收益时代一去难复返

曾一度成为普通百姓投资“明星领域”的银行短期理财产品如今风光不再,无论是发行量还是收益率均出现了负增长,收益率普遍跌破了5%,即使是“趁机”抢滩这一市场的短期理财基金收益率也普遍不高。理财产品的高收益时代短期内恐难重现。

基金抢滩短期理财市场

银行短期理财产品逐渐退去光环,使得基金公司“趁机”开始抢滩短期理财市场。刚刚获批的汇添富、华安两家基金公司旗下的理财基金从5月2日起正式发行,且同样率先推出30天短期理财产品试水,这恰好填补了银行业30天及以内短期理财产品缺乏的“短板”。

相较于理财市场已相当成熟的银行而言,基金则是一名新进者。但要从中有突破,必然要有其优势所在。

“与此前的银行超短期理财产品不同的是,短期理财基金大幅度降低了此类理财产品的投资门槛,这也是短期理财基金最大的亮点之一。”添富理财30天基金拟任基金经理曾刚介绍,以前这类产品的初始销售额是5万元甚至更高,但推出短期理财基金后,投资者只需1000元就可购买。且在产品到期日投资者未提出赎回的情况下,每期本息将自动滚入下一期,无投资空白期。

在收益率方面,理财基金也基本锁定风险给出参考收益率。华安月月鑫的首期参考年化收益率区间为A类3%~4%、B类3.24%~4.24%;而添富理财30天产品并未约定预期收益率,不过记者走访的工行网称预期收益率约为3.8%。

中国工商银行个人金融业务部副总经理郭超表示,在当前市场环境下,短期限、收益稳定、风险可控的理财类产品有着非常旺盛的需求。普通投资者对于合适的理财产品的渴求带来了巨大的潜在市场,这对于银行、基金都是很好的机遇。

高收益率时代一去难复返

记者调查发现,不论是银行还是基金理财产品,如今给出的预期收益率都和去年相差甚远。高收益时代能否“复返”受到市场

关注。

之前,长期购买国有大行理财产品的黄小姐决定更换银行。但她告诉记者:“我寻觅很久后发现原来理财收益率较高的商业银行现今也普遍下跌,有些银行甚至说不再发行原来的高收益产品,不知等一段时间会否回升。”

分析人士指出,CPI走高是推升去年理财产品收益率的主要原因。而今年二、三季度CPI将逐步下降,同时市场流动性压力减轻,预计短期理财产品的收益率将随之下降。

招商银行上海天山路支行的一位理财专员告诉记者,目前CPI已进入下行通道,市场对再次降准的预期也不断升温,银行短期理财产品的收益率“应声下滑”。今年可能降息预期,也使得银行中长期理财产品收益率受到“牵连”。

银率网分析师狄麟麟表示,此前存款准备金率连续两次下调,银行间资金利率也持续处于低位,银行“钱紧”局面有所缓和,因此无需用短期理财产品大量“揽储”。

此外,从去年下半年开始,监管部门严禁银行通过发行超短期理财产品变相高息揽储,也使得这类高收益产品逐渐淡出市场。

不过,尽管短期理财产品的收益率跌破了5%,仍能跑赢CPI和银行一年期定期存款利率,但是“下行容易上调难”,理财产品的高收益时代短期内恐难重现。