

风向



国家发改委将就日化企业涨价行为进行调查

近日,部分媒体报道了联合利华等日化企业涨价信息,在社会上引起了较大反响。国家发改委有关负责人昨天表示,发改委对此事高度关注,已经约谈了相关企业,了解情况,近期将派出调查组赴有关企业进行调查。

安徽推动农超对接,把菜从田头送到超市 鲜活农产品“搭专机”进超市

田头上长的菜,省去许多中间环节,直接进入超市,新鲜了。昨日,首场安徽省农超对接培训班在合肥开讲,合肥市及省内约300名农业项目负责人,对农超对接有了详细的了解,未来,安徽的砀山梨、长丰草莓等可以更便捷地“搭专机”进入超市了。

记者 樊立慧

安徽省抢先试点

“2006年商务部就在安徽开展了相关调研,2009年全国首批推出农超对接试点时,安徽省就率先示范了。”省商务厅介绍。

“2007年,家乐福在中国的第一次直采就是安徽的砀山梨。”家乐福(中国)生鲜总监赛伯告诉记者,到目前为止,该超市全国合作农业专业合作社已达328家,超过70万农户,安徽省合作专业合作社已达10家。据初步统计,去年,该超市在安徽农产品直采量超过7000吨以上,农民专业合作社超过10家,“直采与由供应商供货相比,可给消费者5%-25%的折扣”。

有数据表明,2009年我省直供超市农产品年销售额达127亿元,比2008年增长34.8%,部分农产品还“搭专机”打入了国内外大型连锁超市。

如今,安徽省作为全国首批9个农产品现代流通综合试点省份之一,通过农超对接,更多更新鲜更便宜的农产品有望直

接由田头走向市民餐桌。

降成本才是硬道理

除了洋超市,本土的超市更有区位优势了,比如红府超市,一直以来都与合肥市周边一些种植大户签订供应合同,他们打出的口号是,在生鲜蔬果上,“红府人”自产自销。合家福超市也利用自己的资源,让更多的安徽蔬菜、瓜果进入超市系统。

来自合肥市商务局的资料显示,目前合肥合家福、红府等大型超市均在省内选择了自己的农产品生产基地,合肥农超对接销售量已达超市果蔬销售的20%左右,今年有望提升到30%左右。

省商务厅市场体系建设处负责人告诉记者,我国农产品进入超市销售,传统模式是农民—当地批发市场—贩运商—本地市场—超市,有的甚至比这个环节还要多。农产品则通过菜农或者专业合作社直接进入超市,大大降低了流通环节的成本,大家去买菜,新鲜不少,也有实惠,农民也能够解决产品销售问题,实现增收。

昔日冷落,今成“香饽饽” 小企业获授信30亿元

星报讯(记者 樊立慧)以前很多银行看不上的小企业,现在都反而成了不少银行的座上宾。昨日,杭州银行合肥分行开业典礼,首先就表示三年内向合肥市提供总额不低于100亿元的金融支持,其中科技型中小企业投入不低于30亿元,用于支持合肥市中小企业尤其是科技型自主创新企业。看来,在银行越来越多进入合肥之时,各家银行的抢夺客户侧重点也不一样了。

记者从安徽银监局了解到,去年,汇丰银行、华夏银行、进出口银行、九江银行等20多家分支行先后开业或获准筹建,“引银入皖”数量创历年之最。昨日上午,杭州银行合肥分行开业,这是杭州银行国内的第八家分行,也是长三角首家进驻安徽市场的区域性股份制商业银行。

“进入合肥的银行越来越多,竞争自然更加激烈,想吸引市民,服务还是制胜法宝。”安徽大学金融系主任徐亚平介绍,五大国有银行网点多,市民有使用的习惯了,不少股份制银行都有自己的特点,外资银行进入合肥,带入了更新的服务理念和模式。从经济活跃的浙江发家的杭州银行关注的零售业务对象则是个私经济业主和企业中高层管理人员,为他们提供财富管理业务。

皖江园区怎么“变身”? “新加坡模式”可学一学

星报讯(记者 樊立慧)经过二十年艰苦创业,积极探索,示范区开发园区从无到有,从小到大,已经成为所在地区经济发展新的增长点和招商引资的热点地区,在扩大开放、产业升级、推进工业化和城镇化等方面发挥了重要作用。记者昨日从省皖江办获悉,《皖江城市带承接产业转移示范区开发园区发展规划纲要》出台了,皖江园区要升级了,该怎么“变身”呢?

据悉,我省准备积极开展境外合作共建。结合招商引资工作,借鉴新加坡苏州工业园合作模式,采取设立开发区国别园区或港澳台园区等方式,积极吸引(境)外政府、跨国公司或其他战略投资者兴办专业园区,提高合作共建的开放水平。

进入园区,负担也小了,我省进一步清理、减少和规范行政许可,推行合作共建园区“零收费制”,实行转入地资格直接确认,营造更良好的合作共建环境。

目前,示范区共有省级以上各类开发园区(含筹建)72家,我省还准备适当筹建省级开发区。适应发展需要,按照国家相关政策和节约集约用地要求,严格规划建设标准,在一些区位条件优越、产业配套能力较好、发展潜力较大的地方,批准筹建一批省级开发区。



起步价越过两千“门槛”,合肥婚宴价格普涨一成 省城婚宴如何“变脸”作战?

消费者形容合肥婚宴的价格是“芝麻开花节节高”,“特立独行”的商家却变着法子“抢食”婚宴这块大蛋糕。物价上涨,推高婚宴价格频频迈出“大脚步”,价格战的背后,省城婚宴会如何“变脸”作战?

记者 沈娟娟 宛月琴

婚宴起步价越过两千门槛

“没有1280元,就别想订到像样的婚宴”,近期一直在为婚宴奔波的方玲得出了这样的结论。

按照方玲的话说,合肥婚宴的价格是“芝麻开花节节高”。在去年下半年普遍迈入“千元时代”之后,今年省城婚宴起步价已经越过了两千元的门槛。

从新开业的万达威斯汀算起,2300元/桌的最低价,还不包括15%的服务费和自带酒水时每位客人20元的开瓶费。市内的几大五星级酒店也最少在1500-2000元/桌左右徘徊。齐云山庄起步价也达到了1388元,安徽饭店也从1080元增加到了1280元。

“今年婚宴的价格普遍至少涨了一成左右”,采访中,一位酒店人士告诉记者。

酒店披上怎样的“战衣”

预订婚宴一片涨声,记者在采访中了解到,虽然涨价是多数商家选择的“统一行动”,但是也有“特立独行”的商家变着法子“抢食”婚宴这块大蛋糕。

“婚宴只要888元,但是酒水不允许自带。”省城某白领程小姐准备在今年9月跟

男友完婚,问了一圈价格,好不容易找到个价位不高的,却被要求必须遵照酒店的“潜规则”。

她算了一笔账,40元的酒在酒店卖70元,5元的饮料在酒店卖10元,按照平均每桌一瓶白酒两瓶饮料算,她要为酒店提供的酒水多掏40元,价钱也不见得便宜很多。

禁止自带酒水、添加服务费、收取婚庆公司进场费等“额外”条款越来越多出现在酒店承办婚宴的要求中。

不仅如此,就连婚庆公司和婚纱摄影机构也“牵手”作战。一家婚庆公司负责人告诉记者,如果在某指定的工作室拍摄婚纱照,她可以负责去跟工作室老板“讨价还价”。

优惠的“账单”还得消费者付

婚宴价格上涨,酒店方面认为,最直接的因素就是成本上涨,比如物价、人工等,加上婚宴耗时长,过程繁琐,涨价也是合情合理。

不过,酒店在涨价的大趋势下,先是用优惠手段“吸引”顾客,再打着优惠的幌子暴露自己的“潜规则”。业内人士分析,看上去是优惠,其实只是掏了更多的钱。

“比如送婚房,这也是算在婚宴的开销里的。”不愿意透露姓名的某酒店相关负责人提醒,不能被优惠牵着鼻子走,要结合场地、价格、服务等多方面因素综合考虑。

