



温州商场卖飞机

12月26日,几名顾客在温州某商场内观看待售的直升机。浙江温州某商场在试营业中为吸引顾客将一架直升机摆进商场销售,吸引了顾客眼球。 新华社

第三届中小企业诚信榜揭榜 上榜企业将可享用14.9亿元授信额度

153家中小企业捧回诚信鼎

深圳商报记者 胡佩霞 朱丽华

【本报讯】昨晚,第三届中小企业诚信榜揭榜及授奖仪式在深圳凯宾斯基酒店举行,好家庭、富安娜、华力特等153家中小企业代表高高兴兴地捧回了“诚信鼎”。深圳市中小企业信用担保中心主任叶小杭表示,153家企业的授信额度为14.9亿元,预计两年内信用担保将超过30亿元。

诚信榜阵营日益壮大

深圳市中小企业信用担保中心是市政府为解决中小企业融资难问题而成立的专业担保机构,成立7年,累计为深圳市2800多家中小企业提供超过110亿元贷款担保,信用担保比例超过50%,担保规模和风险控制水平都领先全国。解决中小企业融资难的关键问题是

加强中小企业诚信建设。2003年,深圳市中小企业信用担保中心联手深圳市中小企业促进会、深圳市信用协会共同发起设立深圳中小企业诚信榜。诚信榜评价活动持续运作三年,有力推动了深圳中小企业诚信发展,上榜企业从首届的48家扩展至本届的153家。

据介绍,本届诚信榜活动主要通过中小企业发展促进会等7家机构,在企业自愿申请的基础上,经过初审后加以推荐,再由担保中心进行基本面分析、信用调查和专家评审筛选,入围企业绝大部分在担保中心有3年以上良好信用记录,这些企业已经成为金融愿意全力支持的香饽饽。深圳市担保中心对上榜企业更是高看一眼,担保支持条件放宽,担保方案灵活,并给予信用担保授信。

上榜企业可获信用担保授信

叶小杭在解释信用担保授信的含义时称,担保中心给予诚信企业的信用担保授信包含了四层意思:一是该授信额度于授信之日起两年内授信企业可随时享用,无论一次或者多次使用;二是使用授信额度时,企业不再需要提供抵押、质押反担保,只要提供个人保证等信用保证即可;三是授信额度不仅自身企业法人可以使用,也可为企业法人提供反担保之用;四是授信额度根据企业经营规模、资产负债状况、资产流动性状况等因素决定。

据了解,担保中心对诚信中小企业的信用担保授信从2003年第一届诚信榜就已经启动,三年来对103家入榜企业,累计信用担保超过18亿元人民币,运作安全,没有坏账。本次入榜企业153家覆盖了上两届的授信企业,授信额度为14.9亿元,预计两年内信用担保将超过30亿元。

银行为上榜企业贷款开绿灯

国家开发银行深圳分行行长俞小平在授鼎仪式上表示:“此次入榜企业已经有30多家企业在我们行获得过贷款,我们将考虑给这153家企业提供更好的服务,如企业通过中小企业信用担保中心到国开行办理贷款,我们将减少反担保,并给予优惠贷款利率。直接向我们银行贷款,我们也会考虑抵押物的额度并给予优惠贷款利率。”

建行深圳分行中小企业贷款部相关负责人尹小雄也表示,该行将会把这153家企业的名单下发到各个支行,派专人跟踪这些企业的贷款需求。

中国中小企业协会会长李子彬、深圳市人大常委会副主任邱琼、深圳市副市长陈迎春、国家发改委中小企业司副司长狄娜、省中小企业局局长刘焕泉等出席了仪式。

广东叫停管道燃气初装费

已缴费者可享一定气价优惠 部分城市可能提高气价

深圳报业集团驻广州记者 古国真 通讯员 高诒茜

【本报广州12月27日电】记者27日从广东省物价局获悉,在广泛征求意见的基础上,省物价局日前出台了以停止收取初装费为主要内容的规范管道燃气价格管理的意见。今后,任何单位都不得再向用户或房地产开发企业收取以管道燃气初装费、增容费、开户费等名目收取的此类费用。

初装费已完成历史使命

今年以来,社会各界十分关注管道燃气初装费的存废问题。省物价局认为,管道燃气项目的投资大、回收期长,政府通常采用财政补贴、批准集资或收取初装费和制定低气价等方法,扶持管道燃气事业发展。我省一些城市向用户收取管道燃气初装费的问题,应以客观、历史、发展的观点去看待,它是在一定历史条件下出台的收费项目,对促进管道燃气发展和稳定燃气价格发挥了积极的作用。但随着经济社会不断发展以及企业经营体制改革的深入,这项收费的法规政策依据发生了变化,继续收取已不尽合理。因此,各地必须停止以管道燃气初装费、增容费、开户费等名目收取的费用。

部分城市可能提高气价

停止收取初装费后,管道燃气销售价格必须按合理成本、费用、税金和利润核定,部分城市可能相应提高气价。为此,省物价局要求,对原已缴交初装费的

用户可在一定期限内予以适当气价优惠,并对低收入困难家庭采取价格优惠或补贴措施。对燃气价格的计价方式,各地既可采用传统的单一气价,也可根据自身的实际采用容量气价和计量气价相结合的两部制气价。对选择一次性缴交或数次缴交容量气价的,其方案应举行价格听证会经过充分论证后才能实施。

维护折旧费应计入成本价

省物价局要求,在规范燃气销售价格的同时,必须加强对燃气经营服务有关收费的管理。凡是燃气企业维护、更新供气设施发生的维修费、折旧费以及计量装置校验和强制检定等合理支出,均计入燃气经营成本费用并通过气价收入进行补偿,不得在气价外另向用户收费。对燃气企业应用户要求提供的燃气设施改装、移表、封表、启表(不含初次开通)、加装或换装燃气器具、补发和更换IC卡、办理过户手续等服务,可向用户收取一定费用,具体标准则由市、县物价局部门批准后执行。

各地应加强成本监审

省物价局强调,鉴于气源进价、成本多变特点,各地可就管道燃气销售价格与气源成本变化联动调整的机制,报同级人民政府批准后组织实施;同时,还要求各地应加强管道燃气定价成本监审工作,强化对气价的动态管理;有条件的地方可设立燃气价格调节基金,增强气价调控能力。



以后装管道煤气,消费者可省下初装费。 深圳商报记者 张小禹 摄

名词解释

两部制价格

两部制价格计算的基本原理是,以固定成本除以总容量得出单位容量价格,以可变成本除以总供

应量得出用量价格。两部制价格可以使供气方固定成本的回收不受销售量波动的影响,因而供气企业愿意接受两部制价格;两部制价格可使用户在增加用气规模时减少边际支出,因而用户也愿意接受两部制价格。

为来深赴港澳旅游客人算笔账 市旅游局揭开零团费宰客真相

香港一日游合理价198元

深圳商报记者 郝丽萍 卢博林 通讯员 陈怀东

【本报讯】深圳市旅游局联合香港旅游发展局,自本月中旬全面启动打击零负团费、开展优质诚信香港游以来,引起了国内消费者热切关注。昨天,市旅游局又出奇招,除在深圳商报等媒体上以公告形式,公开香港游线路标准及合理价格外,约请记者揭开零负团费的骗局,“以我为游客算笔账”的形式,教游客合理选择优质旅游团,防止贪小便宜上大当。

零团费有陷阱

深圳市旅游局新闻发言人易能全指出,他们经过广泛地市场调查摸底了解到,正规香港一日游含往返接送、半天跟团游览、半天自由活动、夜游香江等行程,早8时30分过境,晚21时30分返回,一日两餐,含交通费,正规合理价格是每人收费198元,旅行社收益为每人30至40元。

而凡是58元的低团费,或不收钱便带团前往的,必有陷阱,否则旅行社怎能白白组团一场“天底下没有免费的宴席。事实上,凡是如此费心的拉团游客香港走一趟,真正目的是拉着不明真相的内地游客,去一些他们私下已经串通好的购物点,高价购买伪劣商品或低价货,从中牟取更大的利润回报。

揭开零负团费宰客真相

易能全为游客算了一笔账:目前市



消费者要理性选择正规香港游。 深圳商报记者 张小禹 摄

场上出现了一种“58元游香港一日”的低价团,这是消费者最低购买价。如果去掉组团旅行社应有利润50元,就意味着香港接团费只有8元,那么到香港一天所需要支付的一天每人50元的车费,一顿每人25元的午餐费,另外香港地接社必须有的每人40元的利润,从何而来?这意味着香港地接社要倒贴107元给游客,这就是典型的“零负团费香港游”。一些内地旅行社和少数

香港地接社“联手”,为了恶性竞争,争夺游客,便用此招数吸引贪图便宜的内地游客上当。俗话说,羊毛出在羊身上,旅行社一定会千方百计想办法“赚”回来。

易能全指出,导游先交给旅行社每人107元的人头费,这样旅行社稳赚每人40元利润,而风险由导游承担。导游为了赚钱,就带着游客去一些“指定购物店”,让游客用高于市场的价格

来购物,或是向游客推销假冒伪劣商品,导游和旅行社从中提取差价来补贴团费,并作为收益。因此,这样的旅游通常变成了“购物团”,游览时间被大大压缩,购物时间被拉长。还有的游客被拉去参加自费项目,如游维多利亚海湾,原本船费每人30元,导游却收取每人150多元。如果游客不购物,不参加自费项目,导游无钱赚,甚至要倒贴钱,必将发生不愉快事件。这样的旅行团往往不负责回程,游客要自行搭车回深圳,非常不方便。

优质诚信香港游安心放心

易能全告诉记者,目前深圳联合香港旅游发展局、深圳22家旅行社,共同开展优质诚信香港游,其推出的一日游不仅提供全程愉快旅程,没有购物环节,还为游客省钱。他算了一笔账:198元一日游,来回直通巴士70元,两顿正餐60元,夜游维港30元,港澳四天游每人1780元,含海洋公园、迪士尼、大屿山郊野公园等景点,仅景区门票就要500元,加上三晚酒店每人550元,香港到澳门船票320元,六次正餐三次早餐220元,夜游30元,所剩下的才是旅行社的服务费,导游完全没有“买人头”的压力,所以就一定会一心做好旅游服务。而游客自行前往,因为无法享受到团体优惠,往往要比参团多付酒店、门票等费用。

易能全希望来深的游客,算一笔聪明账,做一个聪明的消费者,勿贪眼前便宜,不要上当受骗。

有高档楼盘使用不合格建材

省质监局抽查显示,商品楼使用建材一成多不合格

深圳报业集团驻广州记者 李明 通讯员 粤质宣

【本报广州12月27日电】广东省质量技术监督局近期对广州、深圳、佛山、东莞、中山、珠海等地的商品楼盘工程使用产品质量进行了专项监督检查。结果表明,56个商品楼盘工程使用的共10种建材产品,抽样合格率为83.2%,而使用不合格产品的不乏高档楼盘。

本次抽查56个商品楼盘工程使用的钢筋、水泥、铝合金型材、涂料、陶瓷砖、电线电缆、插座开关、给排水管及管材管件、钢管脚手架扣件共10

种产品,244批次,合格203批次,抽样合格率为83.2%。如剔除标识因素,内在质量合格209批次,抽样合格率为85.7%。各种产品抽查结果如下:

本次抽查37个楼盘使用的钢筋类产品,合格率为94.2%;抽查29个楼盘使用的水泥产品合格率为84.2%;铝合金型材抽样合格率为50%;涂料抽样合格率为66.7%;陶瓷砖抽样合格率为58.3%;排水管、管材管件抽样合格率为83%。

据悉,省质监局责令生产企业退回不合格产品,整改复查合格后才能投入使用。目前,部分企业已按要求进行整改,停止了使用不合格产品。

66个农产品生产基地挂牌

两年后我市农产品六成来自于基地

深圳商报记者 陈 妹

【本报讯】深圳市第二批农产品基地昨日正式签约,市绿田农业开发有限公司澄岭菜场等66个生产基地挂牌。据了解,到2008年,我市消费的主要农产品60%以上将来自于规模化生产基地。

记者从市农林渔业局了解到,该局对近一时期申请认定的生产基地进行了审核并组织专家评审。日前,共66个生产基地通过了专家评审,其中蔬菜生产基地18个,年产量11.675万吨;生猪生产基地27个,年出栏量72.5万头;水产品生产基地21个,年产量1.2967万吨。

今年8月31日,我市正式认定了首批55个主要农产品生产基地。据悉,第二批蔬菜基地除位于我市龙岗、南山西丽等地外,大部分分布在紫金、连州和博罗;生猪基地主要位于深圳宝安、惠州和湖南省;第二批水产品基地则位于南澳、杨梅坑和吴川等地。

按照要求,我市农产品生产基地的产品将以供应本市市场为主。

德利国际与深圳雄日联手

1.5亿打造深圳首个太阳能产业基地

深圳商报记者 程连红

【本报讯】总投资1.5亿元的深圳首个太阳能产业基地项目签约仪式昨天在威尼斯酒店举行,这是我市大力发展太阳能产业的又一有力举措。

在昨天的签约仪式上,德利国际(美国)控股有限公司与深圳市雄日太阳能有限公司正式携手,投资1.5亿元,在深圳建立太阳能研发及生产基地。其中一期投资5000万元,组建太阳能研发中心和生产基地;二期投资计划为1亿元,发展新能源产业,将从太阳能光热、光电与建筑一体化的

实用技术和产品生产开始,不断研究开发太阳能利用的新技术。

按照《深圳循环经济促进条例》和11月1日起实施的《深圳经济特区建筑节能条例》,具备太阳能集热条件的新建12层以下住宅建筑,应全部配备太阳能热水系统,否则不得通过建筑节能专项验收,这无疑为深圳太阳能产业的发展提供了良好的机遇。

雄日公司董事长曾少荣告诉记者,深圳太阳能产业基地选址观澜,占地100亩,建筑面积将达到10万平方米,预计2007年底可建成投产,到2008年,公司年产值可达5亿元。

中信银行拟推“基金中的基金”

深圳商报记者 梁惠元

【本报讯】中信银行计划于年底限量推出一款组合式“基金计划”理财产品,即“基金中的基金(FOF)”,该产品将联合中信金融控股旗下银行、基金、信托等多方,为老百姓提供更方便、更便利的基金投资途径。

据悉,“基金计划”将定向投资于市场上的优质基金产品,由中信金融专家团队进行产品筛选,并根据市场实际情况动态调整组合状态。

业内专家指出,2007年证券市场

将面临高位震荡的格局,投资难度会继续加大。在震荡格局下,基金投资业绩的分化必然加剧,如何在数百只基金产品中挑选出“真金”,银行金融专家较普通投资者显然更有经验。

中信银行相关人士介绍,这款即将推出的理财产品可以称为“基金中的基金(FOF)”,这是一种在国外已经很成熟的理财工具,很适合初次购买基金的新手,以及缺乏时间打理投资资金的个人投资者。由银行代为进行专业基金投资服务,会让投资变得更简单、更省心、更稳妥。

一把葱花都可免费送货

岁宝百货花园店开业一年就成商业名片

深圳商报记者 吴素红 通讯员 王芳

【本报讯】2006年岁宝百货收获颇丰,四家新店发展迅速,经营良好,五家老店稳中有升,生意兴旺。昨天,在岁宝百货花园店即将迎来开业一周年之际,岁宝百货总经理杨筱妹总结2006年业绩时,用了“满意”二字。她透露,经过10年的发展,岁宝百货步入二次创业阶段,明年计划在稳定经营的同时,继续开设分店。

15万种商品供应居民

位于福田区滨河路花园围裙楼的岁宝花园店,经营面积16000多平方米,经营品种约15余万种,是岁宝百货旗下第一家大型综合百货超市,于2005年12月31日开业。与岁宝百货其他分店经营业态不同,该店以大型综合性百货超市为定位,主要经营生鲜蔬果、食品、日用品等快速消费品以及服装、床上用品、运动衣鞋、家电等百货类商品。

开业之初,曾有业内人士提出“擅长经营”大百货的岁宝,开设这种类似大卖场的业态,是否能够继续保持竞争优势?一年来的经营运作,岁宝百货花园店销售业绩稳步增长,影响力与美誉度日渐提升,综合竞争力在所在商圈名列前茅,成为周边居民购物、休闲的首选之地。昨天,岁宝百货负责人用实际行动回应了当初的质疑。

据介绍,为了不断适应周边居民

的消费需求,岁宝百货花园店在2006年上半年进行了一番大动作,大幅度地优化了店内商品布局、品牌结构和购物环境。调整后的花园店更注重超市功能,生活气息更为浓厚,开放式大卖场的形象更突出。

打个电话就能购物

岁宝百货的服务,是岁宝多年来竞争的“利器”。在花园店;服务社区,做邻里好管家”也成为经营的主题。在店里,只要顾客需要,随时随地都可以送货。具有购物金额、商品重量、送货时间的限制,甚至一袋豆浆、一把葱花、一瓶酱油都可以免费送上门。周围的住户经常足不出户,一个电话打到花园店总服务台,就能买到所需的商品。

明年新增分店一至两家

在岁宝百货总经理杨筱妹看来,2006年是岁宝百货发展史上关键的、具有历史意义的一年。她表示,自2006年起,岁宝百货将步入第二次创业阶段。在这一年,岁宝百货并没有选择快速扩张之路,而是稳步经营,开一家旺一家。

杨筱妹说:“2007年,我们计划将另外一至两家分店,争取走出深圳,拓展外地市场。另外,我们将尝试更多新的营销方式,在商品品类、品牌引进和经营项目上下功夫,带给顾客新的购物体验。”