

## 经济快讯

### 国家税务总局指出 股票转让暂不征个人所得税

据《人民日报》1月1日报道 1月1日,《个人所得税自行纳税申报办法(试行)》开始正式实施。国家税务总局有关负责人日前明确表示,对于年所得12万元以上的纳税人而言,虽然其取得的股票转让所得需要进行自行申报,但对这部分股票转让收入仍不征收个人所得税。

“对股票转让所得自行申报和是否征税是两回事。”国家税务总局有关负责人表示,2005年新修订的个人所得税法实施条例规定,对于年所得12万元以上的个人要自行向税务机关办理纳税申报,年所得中包括个人的股票转让所得。因此,对年所得12万元以上的纳税人而言,虽然其取得股票转让所得也要自行申报,但仍不征收个人所得税。

### 回收食品 严禁作为生产原料

据新华社电(记者 姜雪丽 齐中照) 国家质检总局日前发出《关于严禁在食品生产加工中使用回收食品作为生产原料等有关问题的通知》,要求所有食品生产加工企业不得使用回收食品作为原材料生产加工食品。

回收食品指由食品生产加工企业回收的在保质期内的各类食品及半成品;由食品生产加工企业回收的已经超过保质期的各类食品及半成品;因各种原因停止销售,由批发商、零售商退回食品生产加工企业的各类食品及半成品等。

### 五部委设门槛 汽车出口要领证

据新华社电 为了规范汽车出口秩序,转变出口增长方式,自2007年3月1日起,我国将对汽车整车出口实行许可证制度。业内人士指出,此举是对汽车出口的一次洗牌,出口企业中约一半将遭“淘汰”。

国家发改委等五部委对申领许可证的企业设了门槛:对生产企业,必须被列入发改委《车辆生产企业及产品公告》的名单,同时通过国家强制性产品认证(CCC认证)且持续有效,并具备与出口汽车保有量相适应的维修服务能力,在主要出口市场建立较完善的销售服务体系。

### 杜绝食品二次污染 买食品要看QS标志

据《市场报》1月2日报道 因食品包装不合格造成的“食品二次污染”对食品安全影响重大。如今,食品用塑料包装的市场准入正式启动。这意味着,从今以后,我们在选购食品的时候,除了看食品本身合格,还要看食品的包装材料合格,就是看有没有“QS”标志。

国家质检总局日前为首批通过食品用塑料包装、容器、工具等产品市场准入审查的29家生产企业颁发了生产许可证证书。据介绍,截至目前,首批通过市场准入,取得生产许可证的有上海人民塑料印刷厂、北京德宝商三印刷有限公司等29家企业,申请准入的产品共有97个,覆盖了本次实施准入的全部六大类39种产品。今后食品生产企业和消费者选购食品用塑料包装、容器、工具等产品,应认准标有“QS”标志的产品。

国家质检总局食品生产监管司司长郭建平表示,食品用塑料包装、容器、工具等产品市场准入启动后,还要逐步对纸、金属、玻璃、陶瓷等各类材质的包装、容器等产品实施市场准入制度。

周末夜购、圣诞节、元旦,一轮又一轮的商战无不展示着商家的价格战。商业企业似乎失去了主动权,身不由己地被拉进了价格战的漩涡——

# 价格战还能打多久?

本报记者 郭树勋

## 忍痛将价格战进行到底

去年12月31日晚,我市一家老字号商场里再次上演了“人山人海”的盛况。据该商场企划处一位负责人介绍,自去年12月31日起,商场正式启动了今年的春节市场活动方案,并把当天定为“商场日”,从这一天开始商场给顾客一律五折起的优惠价格。

与该商场仅一街之隔的另两家商场也不甘示弱。记者在这里看到,商场里挂起了红红的灯笼促销,“穿新衣过大年、商场购物真省钱”的促销条幅随处可见,年味十足。从

去年12月31日开始,商场推出了颇有“杀伤力”的“买100元送100元”的活动,连鲜有让利促销活动的化妆品专柜也破天荒地推出了“满100元免60元”的活动。

五一、十一、圣诞节、元旦等节日是商业企业营业额的主要增长点。在这些节日,我市大型商家单日销售额近1000万元。尽管如此,“促销伤商”仍是几大商业企业的共识。很多商家承认,商场通过推出各式各样的节日促销活动,短期内销售量上升了,最终却不一定赚到钱,有时甚至是赔钱赚吆喝。

我市一家颇有名气的商

业企业,早先曾对打折热潮保持了低调态度。该商场一位副经理认为,无序的促销大战容易使商场陷入无序竞争的恶性循环。过度打折促销造成的是短期的虚假繁荣,对企业的长远发展并无益处,反而会对企业文化、企业形象有不同程度的影响。但随着商业竞争日趋激烈,在邻近的商业企业的促销攻势下,该商场也在今年元旦期间开展了全场打折活动。

## 谁搅浑了零售业的“一池春水”

从我市商业企业来看,早先的商业市场无疑是“一方净土”,市场竞争比较规范。自2000年年底一家大商场率先搞“买100元送100元”的促销活动后,各商家便纷纷卷入这场没有硝烟的价格大战中。此后,价格战就像脱缰的野马,每逢节日必在各大商场轮番上演。

早在五六年前,在大多数市民心目中,凡有大事需要购置东西,一两家百货商场是必选场所。如今,寥寥几家商场“一统天下”的好日子已一去不复返了。据了解,2000年,我市几家国有商业企业还占全市百货零售业总额的85%以上的份额。现在新增了近10家大中型商业企业。

自2000年以来,我市社

会消费品零售总额虽然每年以高于13%的速度增长,但这显然与成倍增长的商业网点无法相提并论。一位商场老总用2个人“分蛋糕”和20个人“抢蛋糕”来形容这几年市场形势的急剧变化。早些年,几家大型商业企业各自有自己的“势力范围”,大家相安无事埋头搞企业经营。如今,50米之隔的地方有好几个企业盘踞,只要有一家企业大搞促销活动,必然影响其他企业的“人气”和市场份额,必然挑起激烈争夺。

## 怎样才能跳出价格战的怪圈

你满100送100,我满

100送150,你六折起清仓,我五折起甩卖,即使亏损,但为了存活、争夺市场也要积极参与价格战。这就是我市商战的写真。

据业内人士透露,商家不赚钱,老百姓也未必就能获利。比如,鞋市是最早开始打折送券的行业,最初也不过是一些商家“清库存”,后来就一发不可收拾的局面。如今一些精明的代理商自己就提高了批发价格。据了解,一些商品的“原价”已经提高了数倍。

一些商业企业表示,被市场“逼”出来的商业大战最终不但要影响消费者的利益,而且对整个行业的发展带来隐忧。一家商场经理说,没有约束的促销战使企业开始亏损经营。

商场如战场,没有竞争的

市场就成了一潭死水,起不了波澜,但恶性竞争无疑也是市场的“毒药”。面对激烈的竞争环境,寻求差异化,以经营创新取胜,才是真正的经营之道。



### 居民理财观念更新

昨日,一位市民正在我市一家银行的理财处了解、选择新发行的股票型基金品种。随着我国经济的持续增长,股市指数的节节攀升,人们的理财观念也在不断更新,一些高回报、有一定风险的投资正被纳入到许多市民的理财视线中。

本报记者 许大勇 摄

## 二〇〇六年的最后一个夜晚

### ——透视焦作“夜消费”

本报记者 张蕊

虽然夜幕中透着寒冷,可那一晚的月亮和星星并不孤单。2006年的最后一个夜晚,奔波了一年的人们以数倍的激情穿行于城市的夜色之中,在轻松快乐、丰富多彩的夜生活中完成了2006年至2007年的跨越。

#### 伴着星星购物

人流如织、交通拥堵……从2006年12月31日17时持续到2007年1月1日凌晨的跨年度狂欢购物活动,成为流淌在我市的一道亮丽风景线。星光下,心定神闲、满载而归的购物者在不知不觉间迈向了新的一年。

2006年12月31日22时15分,记者在市三维商业广场看到,熙熙攘攘的人流挤满了商场,收银台前排起了长队,营业员忙得不亦乐乎,部分品牌的商品已经出现断档。23时,仍然有很多顾客走进商场,从容选购。在我市某机关工作的刘女士说,由于平时工作忙,她很少和爱人一起到商场购物,今天在这里逛了三个小时,采购了价值2000多元的衣服。在购物中结束过去的一年,在购物中开始新的一年,倒是别有一番情趣。

#### 全家共享休闲时光

2006年的最后一个夜晚,段先生带着父母和妻儿在市区的一家洗浴中心度过。陪着父母洗洗澡,让修脚师傅为父母修剪一下脚上的老茧……段先生说,一年了,父母和妻子为他付出了很多,他选择这种方式表示对他们的感谢,全家人一起来共享休闲时光。据我市某洗浴中心的工作人员介绍,2006年12月31日,该洗浴中心的客流量比平时高三成,全家来消费的客人也比平时多出许多。

#### Happy到天亮

2006年的最后一个夜晚,是年轻人尽情Happy的最佳时机。当晚,我市酒吧、迪厅、歌厅、慢摇吧等娱乐场所生意十分火爆,许多场所提前一天就被预订一空,客流量比平时高出3倍至5倍。

2006年12月31日,记者在大杨树步行街的几个歌厅采访时获悉,KTV包房早已被订满,一些适合5人至8人的中小间KTV包房最为抢手,年轻人仍然是“夜场”的主角,有的甚至“通宵歌唱”,时尚一族张凯说,虽然年轻人的夜生活越来越丰富,但唱歌一直是他的最爱,今天更有意义,因为一首歌可以从2006年唱到2007年。

#### 畅想“夜消费”

网上冲浪、家庭聚会、酒吧小酌、戏迷朋友的随心之唱……2006年的最后一个夜晚,焦作人的“夜消费”在这个特殊的时间段里被点燃了。那么,过了这个特殊的时间段以后,焦作人的“夜消费”、“夜文化”怎样才能继续保持一种良性升温的状态?这个问题值得有关人士深思。

“夜文化”、“夜消费”是经济发展到一定阶段的产物,以文化消费为特色的“夜间经济”,有着极大的发展空间,对提升城市文化水平和文明程度都发挥着重要作用。挖掘“夜文化”消费潜力,一方面需要有关部门积极引导,营造浓厚氛围,促使人们转变“夜消费”观念;另一方面需要强力打造“夜消费”的品牌和特色,逐渐形成有一定影响力的规模和品牌优势,以此延长外来游客在我市的消费时间,丰富我市市民的夜间生活。

### 现象:应酬吃得多,肠胃也“减负”

“做我们这行的联系面比较广,一年到头,合作得都不错,吃顿饭交流感情,也不好拒绝,但是这饭吃多了真就成了负担。”做销售工作的邵先生告诉记者。一进入1月份,他的饭局就被排得满满的,每天至少一场,有时候一顿饭还要赶场子似的去两个饭局。饭菜对于他来说已经没有了滋味,更多的是应酬的无奈和身体的不适。

### 解读:饭局也是沟通

对于很多人来说,饭局除了吃饱肚子,还有一个更重要的功能就是沟通。很多参加饭局的人都像邵先生一样,看中的是感情的交流和信息的传递。在市场经济条件下,信息是一种稀缺资源,人们可以借助这种既非计划又非市场的资源配置方式,获取、交流大量的工作、生活、经济等价值的信息,为来年编织一个更为庞大而高效的计划网络。也许这种扎根于人们心灵深处的资源配置方式,才是饭局扎堆的魅力所在。

### 别让“餐桌经济”变了味

中国是个讲究关系的社会,对于这种关系的联络,餐桌似乎是个最适合的地方。无论是餐桌消费拉动的经济增长,还是通过餐桌上的沟通达成的合作意向,都在这个辞旧迎新的时候,以一个名正言顺的理由催生成了一道生猛的“经济大餐”。然而,笔者以为,无论其产生的效益如何,重要的是别让“餐桌经济”变了味。

对于中国人来说,饮食之道,也是人情融合之道。饭局作为情感交流的方式,其意义在于沟通。那么,我们就不必太在意饭局的档次高低、饮酒多寡。如果为了联络感情喝伤了胃,使饭局应酬成了我们身体的负担,就得不偿失了。

当然,对于饭局应酬这种交流方式本无可厚非,但是如果是公款吃喝就让人厌恶了。所以聚会归聚会,答谢归答谢,只是别让“餐桌经济”变了味。

### 短评

# 广告

# Tel:3924268

# 广告

# Tel:3924268