

盘活闲置资产 强化项目建设 创优发展环境 焦东街道办事处经济发展创新高

本报讯 投资2.5亿元的金桂苑商业广场,投资6000万元的晋发农业观光园进展顺利,投资3000万元的太极苑大酒店即将开业……焦东街道办事处步伐加快;财政收入首次突破1000万元大关,固定资产投资和招商引资分别完成1.8亿元和8180万元,占年任务的100%和102.3%,各项经济指标再创历史新高。

山阳区焦东街道办事处负责人告诉记者,这是该办事处以打造焦东新商业区为目标,坚持商贸业和都市工业并举,在盘活闲置资产、强化项目建设、创优发展环境方面狠下工夫取得的可喜成果。

盘活闲置资产。该办事处积极引进外资和先进技术帮助企业脱困,利用市电缆厂闲置厂房、市国税局办公楼等闲置资产,引进建设了投资1.5亿元的汉河电缆和太极苑大酒店等项目,其中,汉河电缆项目已于去年5月初投产,投产后年产值可达2亿元,实现利税1000万元,安排200人就业。

强化项目建设。去年,为确保项目尽快落地,尽快开工建设,该办事处层层签订目标责任书,明确招商项目、续建项目、新建项目的建设进度和责任人;领导班子成员带头分包大项目、困难项目,并定期现场办公,极大地激发了投资方的建设热情。目前,按三星级标准建设的太极苑大酒店即将开业;集旅游观光、科技示范、运动休闲、商务交流为一体的晋发农业观光园项目一期工程正在施工,1.8万平方米的温室大棚和6000平方米的生态餐厅及丝瓜长廊已经建成。

创优发展环境。该办事处把优化环境作为经济发展的基础性工作来抓,在提高办事效率和服务质量上下工夫,成立项目论证、规划审批、土地征用、拆迁安置等服务小组,积极为外商提供全程贴身服务。在太极苑大酒店和青岛汉河电缆项目建设中,该办事处主要领导放弃节假日休息时间,解决拆迁等难题,赢得了企业的信赖。在此基础上,该办事处加大社区服务大厅的建设力度,提高服务水平,促进了经济的快速发展。(速三星)

人大换届选举宣传全面展开

本报讯 连日来,山阳区采取多种形式,广泛深入开展人大换届选举宣传活动,使人大换届选举工作家喻户晓、人人皆知。

张贴标语广告造势。按照区选举委员会的要求,该区9个街道办事处、21个行政村、26个社区以及辖区90多家企事业单位按照统一标准,在本单位醒目的位置共张贴各类标语260条,制作各类宣传版面、黑板报200余块,张贴宣传画600多张,在全区范围营造了换届选举的浓厚氛围。

集中培训骨干。该区组织区人大换届选举工作培训班,主要就省、市对此次人大换届选举工作的具体要求和人大换届选举的相关程序、组织原则等,对各街道办事处参与此次换届选举工作的60余名工作人员进行系统培训,不但培训出一批熟知换届选举程序的工作骨干,而且培养出了一支宣传骨干。

定点咨询解疑。在张贴

标语、制作版面和强化培训的基础上,该区还从1月5日起,集中三天时间举行大规模的宣传活动,在市东方红广场、体育馆、市龙源湖小区等地设立咨询台,每个咨询点分别从区人大机关和街道办事处抽调人员组成咨询小组,统一配备宣传单、宣传画、横幅、版面,组织一定形式的文艺表演,面向群众开展集中咨询、政策宣讲、答疑解惑活动,共接待群众1000余人次。(速三星)

山阳快递

财政收入突破亿元

截至去年年底,山阳区共实现财政收入1.07亿元,同比增长25%,首次突破1亿元大关。(苗才)

退耕还林粮食补助资金全部兑现

近日,山阳区2006年退耕还林粮食补助资金全部兑现到位,2185户退耕农户共获得粮食补助资金84万元。(苗才)

加强巡防队伍建设

去年,山阳区百间房街道办事处加强巡防队伍建设,做到了巡逻不留死角,各种案(事)件同比下降50%,连续三个季度全区排名第一。(李延安)

行风评议不走过程

日前,山阳区行风评议领导小组通过查阅资料、调查问卷等形式对焦东路小学进行了评议。结果显示,社会各界对该校各项工作给予了肯定。(郭伟章 魏利杰)



“信息卡”伴随育龄妇女走

本报讯 生孩子了,社区干部前去看望送去鸡蛋、玩具等慰问品;孩子满月了,社区干部及时送去计生宣传单和哺乳期保健知识……如今,在山阳区东方红街道办事处广场社区,2000余名育龄妇女通过“计划生育信息卡”及时享受到了各类计生服务。

去年,该区按照“属地化管理、市民化服务”的原则,对辖区内各类人口的婚育情况进行了摸底排查,建立起“计划生育信息卡”服务制度,将避孕史、手术史、随访史等相关信息输入电脑,对其实行动态管理。同时,该社区根据育龄妇女的需求,适时为她们开展“生育文化”、“赠送大礼包”等活动,并免费向她们提供生殖健康培训和药具等服务,受到了辖区广大育龄妇女的欢迎。(王静 杜晓娟)

实施“六大”工程 构建幸福家庭

为进一步提升辖区居民的生活品质,构建幸福家庭,该区实施了六大工程:一是实施“关爱老人”工程,二是实施“关爱儿童”工程,三是实施“关爱妇女”工程,四是实施“关爱残疾人”工程,五是实施“关爱流动人口”工程,六是实施“关爱困难群体”工程。

本报讯 去年,山阳区大力营造全社会关爱残疾人的良好氛围,在全区设置了6个医疗康复站,为每位残疾人建立康复档案,并根据残疾人的不同康复需求,组织开展康复医疗、训练指导、心理疏导、咨询等康复服务。

2006年,该区先后发放了总价值3000余元的残疾人用品,为30名耳病患者进行了免费检查。同时,该区还开展了“扶残助学”活动,一次性为361名贫困残疾人发放救助金2万元,为6户贫困残疾人家庭发放慰问金3000余元;成立了16人的扶残青年志愿队,开展“一帮一”结对子活动,对辖区8户贫困残疾人家庭实行“三定”服务;积极开展“千手千眼”为残疾人献爱心”活动,将300余户贫困残疾人家庭纳入低保,使4名贫困学生得到了救助。(杜永兵 李梅)

关爱残疾人

近期,我市各大商场都大打折扣牌,从企业退休的郑女士也想趁着搞活动的热乎劲儿到商场给自己挑件合适的衣服。郑女士虽年近古稀,但是喜欢样式新颖、颜色鲜艳的服装。谁曾想她在各大商场的柜台前挑来挑去,竟没有看到一件称心的,不是颜色太暗,就是样式太老,而且价格也不便宜,无奈之下郑女士只得放弃买衣服的计划黯然离去。

像郑女士这样遭遇的“穿衣难”问题在我市老年群体中并不少见。记者在采访中发现,买件漂亮时尚、价格适中的老年服装确实很难,很多老年人都觉得到商场给自己添件新衣服是件奢侈的事情。一些商场既没有设老年服装专柜,也没有老年人专用的服装品牌。市场上的老年服装大多与地摊货、减价货为伍,面料多为价格低廉的化纤或粗纺棉布,而且做工粗糙,款式单一。老年人的需求得不到满足,适合老年人的商品匮乏已是不争的事实。

服装销售商:老年服装市场黯淡

在我市某商业广场,当询问营业员哪有卖老年服装时,营业员告诉记者,该商业广场没有专门卖老年服装的柜台,但可以到该商业广场五楼特卖场去看看有没有。据了解,这是一家定位在中高档消费人群的商场,商场的中心楼层经营的都是国内外知名品牌商品。在该商场的二楼,曾有过一家以销售加宽、加大中老年服装为主的品牌专卖店。记者来到该品牌专柜前,营业员说该专柜前段时间已经被撤掉了。

市贸易大厦一位经营品牌羽绒服的商家告诉记者,该品牌羽绒服面料厚实,质地优良,价格三四百元,好多老年人看到此款衣服都相中了,可一问价格基本上转头就走。当记者询问为何出现这样的情况时,商家说,价格才是老年人选购衣服的首要标准,其次才考虑衣服的质量。

裁缝铺:老年客户居多

李女士是一家裁缝铺的老板,她做衣服已经有10多年了。许多老年顾客喜欢找她做衣服,因为这些老年顾客很难在市场上买到价格适中、尺寸合适、款式大方的衣服。一位经常光顾裁缝铺的张大姐对记者说:“我和老伴儿的衣服都是在这家裁缝铺做的,做的衣服不论款式怎样,都比较合体。我和老伴儿都比较胖,市场上不好买衣服。”记者在调查中发现,老年人是裁缝铺的主要光顾者。

儿女:父母们舍不得买

一件衣服几百元钱,在许多人眼中已经不是什么稀罕事儿了。但是,对老年人来说,掏那么多钱来买件衣服,是很难下决定的事情。

今年50岁的刘女士想给婆婆添件衣裳,在市百货大楼逛了逛之后,挑了一件价格418元的羽绒服,婆婆拿着这件羽绒服甚是高兴,很满意它的质地和款式,但就是羽绒服的价格让她心疼了好久。在采访中,记者发现像刘女士婆婆这样的老年人还有很多,他们一辈子节俭惯了,舍不得花如此多的钱为自己买件衣物,尽管给孩子们花钱他们从不吝啬。

对于老年人这样一个潜在的大市场,却偏偏遭遇了商家的冷漠与忽视。据业内人士分析,随着人们审美观念的更新,现在老年人已不再满足色彩单一、款式陈旧的服装,对服饰有了新的要求和选择。同时,随着社会的不断发展,老年人的人际交往及各种休闲娱乐活动变得丰富多彩,追求品位、时尚将成为老年人选购服装的新主题。而且,我国人口老龄化出现了速度加快的趋势,老年消费市场非常广阔,很有潜力可挖。

老年人:称心衣服何处寻?

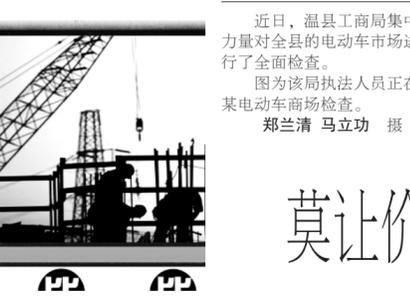
本报记者 魏佳 李楷



网络交易存在风险 消费者购物要谨慎

本报讯 前不久,市民王先生在网上看到某网站有关销售信息,于是汇款到经销商的指定账号,但约定取货时间已经过去一个多月了也未收到商品。于是,王先生到市工商部门12315举报投诉中心投诉。接到投诉后,市工商部门的执法人员按王先生提供的该网站的营地址前去处理时,才发现被投诉方根本不存在。

在此,市工商部门12315举报投诉中心提醒消费者:网络交易存在风险,消费者购物前应充分了解网上购物的特点,看好卖家的信用等级和以往的交易历史,谨防上当受骗。(李莉)



招商引资

焦作市场

焦作市工商局 焦作日报社 联办 第529期

为进一步提升辖区居民的生活品质,构建幸福家庭,该区实施了六大工程:一是实施“关爱老人”工程,二是实施“关爱儿童”工程,三是实施“关爱妇女”工程,四是实施“关爱残疾人”工程,五是实施“关爱流动人口”工程,六是实施“关爱困难群体”工程。

“夕阳红”维权组成立

本报讯 市工商部门积极探索创新基层消费维权方式,把保护消费者权益的触角延伸到千家万户。在红旗维权进商场、进景区、进市场、进社区、进乡村以及“一会两站”维权网络建设完善之后,针对居民生活消费结构分布特点,近日,市工商局在全市发动素质高、有责任心的10名离退休老干部成立了“夕阳红”维权组,义务负责宣传监督消费者权益保护工作,使之与“12315”等消费维权职能部门建立第一时间投诉绿色通道。(田野)

莫让价格战坏了明码标价的名声

许伟涛

周末夜购、圣诞节、元旦,商家纷纷打出返券、打折的旗号吸引顾客,仿佛一下子商家也失去了主动权,身不由己地投入到新一轮又一轮的价格战中。

笔者以为,各商家为了争夺市场而展开激烈的价格战,不仅使消费者的价格知情权受到侵害,使商家欺诈行为的明码标价形同虚设,而且使商家的诚信形象大受损害。按照经济学原理,价格等于成本加利润,商家不会把成本和利润标示出来,让消费者明白价格里暗含的“水分”。商家不约而同地推出各种打折、返券活动,表面看来是让消费者得到“实惠”,其实是把价格不透明的链条拉得更长,让消费者在所谓的循环中不得不为了花掉返券去消费,并非为了生活需要而去消费。如此一来,商家的利益空间在无形中就增大了。

有市场就会有竞争,价格战作为竞争方式之一本也无可厚非。从某个角度讲,促销手段是市场营销的艺术性产品。但商家经营讲的是以诚信为本,除了追求经济效益外,如何让消费者对自己产生忠诚度才是最重要的。敢不敢明码标价,是不是明码标价关系着一个商家的诚信形象,也关系着一个城市的购物环境。如果一些大商场动不动就打折,动不动就推出返券活动,明码标价就会“名存实亡”。最终,失去了诚信的经营者也会失去消费者的信任,从而丢掉了经营的最基本资格。

要保证明码标价的顺利执行,我们不能只寄希望于商家的自律,行业协会也应制定相应的内部评判标准对商家进行约束。当然,消费者的理性消费也是不可缺少的。

食用油农药同柜销售 胆大店主吓跑买油翁

本报讯 食用油旁边摆着农药,买油的吓得赶紧退出店门。要是卖油的拿错了,我家小就全完了。”张大爷说。据家住武陟县某村的张大爷说,前几天,他到邻村走亲戚,路过一门店时,一眼扫到招牌上写着售油广告,价格还蛮便宜,便想买几壶油回家。营业员从柜台上拿油时,张大爷发现,这壶油竟是从一堆农药瓶中“刨”出来的。张大爷吓得跑出了店门,并到武陟县工商部门报告了这一情况。

据工商人员介绍,陈某的行为极其危险,其中隐患不可想象,而且还有超范围经营的违法行为。陈某还把这把火不相容的两样商品打到招牌上,违反了《广告法》。在对陈某批评教育并责令改正后,工商人员依法对其进行了处理。(胡常峰)



连日来,中站工商分局分区组成工作组,在辖区范围内对食品市场进行了拉网式检查,重点检查了人口密集的城区主要街道、集贸市场、学校周边食品经营门店经营的粮油、酒类、鲜肉、奶粉、调味品等。关慧清 秦明利 摄

市场随笔

无形中就增大了。有市场就会有竞争,价格战作为竞争方式之一本也无可厚非。从某个角度讲,促销手段是市场营销的艺术性产品。但商家经营讲的是以诚信为本,除了追求经济效益外,如何让消费者对自己产生忠诚度才是最重要的。敢不敢明码标价,是不是明码标价关系着一个商家的诚信形象,也关系着一个城市的购物环境。如果一些大商场动不动就打折,动不动就推出返券活动,明码标价就会“名存实亡”。最终,失去了诚信的经营者也会失去消费者的信任,从而丢掉了经营的最基本资格。

要保证明码标价的顺利执行,我们不能只寄希望于商家的自律,行业协会也应制定相应的内部评判标准对商家进行约束。当然,消费者的理性消费也是不可缺少的。