

国外采购要货急,国内厂家库存少

广交会医药企业大叹有单“吃不了”

“有钱没赚到”让企业惊喜之余留遗憾

本报广州5月7日电 (记者叶小钟 实习生 许设细 林洁丹) 备受各方关注的第105届广交会今天已经进入最后一天。连日来,记者采访发现,受甲型H1N1流感影响,本期广交会医药及医疗保健类的企业生意大好,尤其是口罩,吸引了大量国外买家,成为会上最热销的出口产品。不少国外采购商瞄准商机,希望借广交会平台到中国大肆采购

口罩。但记者调查发现,采购商们大多空手而返,并没有斩获多少口罩订单,而许多生产企业则大叹有单“吃不了”。

受流感影响,全球对口罩需求急剧提升,欧美客商需求比平日增长10倍以上。广东省医药保健品进出口公司一位姓周的负责人告诉记者,自从流感疫情爆发以来,原来一直有生意来往的墨西哥、美国两地的客户都大幅

增加了入货量,部分客商落单数有十倍甚至百倍的增长。“有一个美国的客户要我们在15天之内做好400万套口罩,但是我们每天的最大产能也不过是刚过30万套,实在有点困难。”她说,现在公司的库存已经全部清空,如果不是熟客,新客户的订单也没法接。

一位来自苏州保健品公司的负责人也透露,广交会三期开幕首日,就有一位来自墨西

哥的采购商打电话来要50万只口罩,第二天又打来说要100万只,第三天再打电话来说要订8000万只了,而且要现货、空运。他表示,这突如其来的大买卖是完全出乎他意料的,他虽惊喜,但公司短期内根本无法供应这么多批货。

口罩需求上升,中国出口的口罩价钱现翻了一倍,乌鲁木齐英格贸易负责人表示,

旅游车数量不足、管理不到位,影响旅游业形象——

海南:报废车考问旅游市场监管能力

■本报记者 赖志凯

旅行社操碎了心

“真是不敢想象,报废车也能上路载游客。万一出了交通事故,谁负责?”4月23日上午,海南省琼海市公安局交警人员在例行检查时,在万泉河漂流景点和博鳌玉带滩景区,先后截住了已经超过运营期限的两辆旅游中巴车。

海南民间旅行社和海南海之旅旅行社的负责人接受记者采访时苦笑着说:其实,这样的事情之前也发生过,很多旅行社都为这些事情操碎了心。海南旅游车出现“报废车”和“黑车”的问题一日不解决,海南的旅游市场就一日不得安稳,到头来伤的是游客,害的是海南整个旅游业。

4月28日,海南省政府新闻办公布了今年一季度旅游情况:全省接待旅游过夜人数613.04万人次,比上年同期增长6.9%;旅游收入61.44亿元,增长5.5%。

但是,随着旅游业的发展,该省旅游车数量不足、车型不配套、司机服务质量不尽如人

意、“报废车”和“黑车”进入旅游市场等问题也充分暴露。

监管存在真空

据介绍,2005年10月,包括海南中旅在内的12家旅行社,组成了海南省旅游车统一调度中心。全省1600多辆旅游汽车,实施统一调度、统一结算的“滚动发班”管理模式。这一模式实行3年多来,争议从未间断。

海南省道路运输局负责人坦言,旅游车管理目前的确面临问题。其中,最为突出的是司机的服务质量问题。

调度中心工作人员称,安排“滚动发班”的旅游车基本上都属于私人车主,只是挂靠在当初出资组建中心的12家旅游客运公司名下。由于挂靠车辆产权不清,经营责任难以界定。在经营管理中,难以对挂靠车辆及车主、驾驶员管理到位,从而引发了一系列管理问题。

采访中,知情者向记者透露,挂靠旅游车每月都要向其挂靠的客运公司缴纳200元-300元的“管理费”,费用因车型大小而异。

“最简单的医生口罩也要4毛钱,而增加了‘呼吸阀’的‘猪嘴’口罩,由于能有效过滤细菌、并有防尘、防微小颗粒的功能最受欢迎,价钱接近2美元,但还是很受欢迎。”

价格大涨,但对于客户今天要明天发货的要求,很多商家向记者反映了他们惊喜之余的遗憾。“虽然现在口罩的单价已经上升了一倍多,而且还一天一个价!但对于客户今天要明天发货的要求,我们实在难以满足。”一位来自湖北某家保健品公司的负责人略微激动地告诉记者。“是有外国客户几百万、上千万地要货,但要的都是现货。我们哪里有库存啊,早卖断了。”安徽省一家口罩生产企业负责人董先生大叹有单“吃不了”,“看着价格噌噌噌地翻了一两倍,可有钱赚不了啊”。

据中国医药保健品进出口商会反映,目前,口罩、体温计类产品的国际需求激增,绝大多数企业已无库存可售,生产订单早已排到6月份以后。

电子计价秤
专项整治启动

本报讯 (记者高莎)根据国务院“质量和安全年”活动以及《2009年质检系统整顿和规范市场秩序行动方案》的总体部署,国家质检总局近日发出通知,要求各级质检部门围绕电子计价秤生产、销售、使用、修理等环节,全面开展电子计价秤专项整治工作,促进衡器市场持续健康发展。

据了解,此次电子计价秤专项整治的目标是:摸清电子计价秤生产企业底数,依法查处无证生产电子计价秤的企业,打击生产、销售假冒伪劣电子计价秤的违法行为,提高电子计价秤的产品质量。打击计量作弊违法行为,使利用电子计价秤加量作弊装置(或作弊功能)或者破坏计量器具准确度的违法行为得到明显遏制,并建立和完善电子计价秤生产、销售、使用、修理的全过程监管机制。

金牛能源
高票通过重大资产重组方案

本报讯 日前,河北金牛能源股份有限公司采用网络投票与现场投票相结合的方式召开了2009年第一次临时股东大会,对公司向特定对象发行股份购买资产等十项议案进行了表决。据悉,参加投票的股东共计351人,代表有表决权股份5.575亿股,各项议案的表决结果均以96%以上的比例高票通过。(王洪涛)

“五一”广铁短途客流
创历史纪录

本报讯 (记者叶小钟 通讯员何志文 陈晓梅)今年“五一”,广东客运市场“小长假”特点凸现,广铁累计发送旅客251万人次,创同期历史纪录。

为应对“五一”客流高峰,从5月1日开始,广深线“和谐号”动车组实行“站站停”的公交化运行模式,推行“快速卡”(储值卡)、“广深铁路牡丹金融IC卡”,让珠三角地区市民充分体验了“一小时经济圈”带来的出行便捷。

廊坊节能减排和新能源
技术创新成效显著

本报讯 日前,在北京举办的中国国际节能减排和新能源科技博览会上,新奥集团参展的国内首条煤基能源生产零排放技术系统成为亮点,受到了国家有关部委领导、国内外能源企业及专家的广泛关注。

近年来,廊坊市加大新能源和节能减排技术攻关力度,强力推进新能源和节能减排技术创新,组织实施了新型能源技术和节能减排技术重大专项,取得了显著成效。

通过技术创新,廊坊市发展环境和生态环境得到优化。2008年,该市被授予国家可持续发展实验区称号。这是河北省首家全城国家级可持续发展实验区。(孙卫东 高静 史宏艳)

仰妍即溶花粉变身
时尚饮品

本报讯 韩国国际巨星宋慧乔近日与仰妍(中国)有限公司正式签约,代言全球首款花粉饮品“仰妍即溶花粉”。这一动向预示着,传统健康食品有望变身时尚饮品。

人类对花粉的认识和利用由来已久,食用历史达2300多年。专家指出,花粉是纯天然、全营养、多功能的天然营养宝库,集美容、保健和治疗三种功用于一体。“仰妍即溶花粉”被业内认为开创出了一个固态饮料新品类——功能型固态冲泡饮料,从根本上打破了花粉消费的“窄众”状态,开始走向大众化。(译文)

第七届中国(漯河)食品
博览会将开幕

本报讯 (通讯员李承锦 记者肖树臣)第七届中国(漯河)食品博览会将于5月16日至18日在河南省漯河市举行。目前,各项筹备工作进展顺利。

本届食博会由河南省人民政府、中国食品工业协会、中国商业联合会主办,漯河市人民政府和河南省商务厅、河南省工业和信息化厅、河南省食品工业协会承办。主题定位为“危机机、保安全、共合作、促发展”。

新闻分析

拉动内需不能搞地方封锁

■新华社记者 王■坤

舆论压力下,湖北省公安县废止了“抽烟文件”,但不能说明问题彻底解决了,因为毕竟是不不得已而为之。其他地方还有多少类似问题,也值得认真检查。

公安县规定公商务接待用本地烟的做法并非孤例,只是一些地方没有像公安县那样发文件、下指标,而是做得比较隐蔽。为了应对危机,拉动消费,一些地方把促进当地产品销售作为一项重要措施,有的明文规定重点工程、政府采购优先购买本地产品,有的开会号召喝本地酒、抽本地烟,有的地方用公款购买本地产品发给干部职工。

国际金融危机致使部分商品销售困

难,如何打开销售渠道成了企业和各级政府共同求解的难题。在不少地方看来,搞地方保护,封锁市场是最简单、最直接、最有效的办法,但事实反复证明,这种做法不仅为反不正当竞争法和反垄断法所禁止,而且消费者并不买账。公安县拿出了“查烟头”的高压办法,当地干部还在悄悄消费外地产品,这足以说明地方保护不得人心,无益于当地产品的消费。

当前,在各级政府的努力下,城乡消费逐步走强,一些外贸出口企业开始眼睛向内在国内市场“赶大集”,曾经“墙内开花墙外香”的出口家电产品在“家电下乡”活动中被城乡群众认可,一些区域品牌加大广告宣传力度走向全国。

这个关节眼上,尤其需要维护市场开放、公平,防止“抽烟文件”这种做法破坏市场环境。政府法制部门应当对本地出台的规范性文件严格把关,不要再让“抽烟文件”“烟酒文件”这种荒唐事给市场添乱,给政府抹黑。

各地政府应当消除“我的市场消费了别人产品”的错误观念,把帮助企业扩大消费的功夫下在正当处、管用处,比如促进产销对接、鼓励银企合作、加强市场秩序监管等。从根本看,则应当把着力点放在改善企业生产、增强居民消费能力上。企业产品适销对路、居民消费能力上去了,各地消费市场才能真正扩大。

(新华社太原5月7日电)

雇人刷信用,伪造交易记录,蒙骗消费者

网店“信用级别”藏猫腻

■本报记者 戴明阳

随着互联网的日益普及,网络购物越来越深入人心,但随之而来的问题也越来越多。“网店‘信用等级、好评率’等指标是网购买家的重要参考,现在,好像靠不住了。”网店信用级别藏着猫腻,大量职业“信用刷手”活跃在网上已经成了公开的秘密。

记者在百度输入“刷信用”搜索,结果跳出10多页代刷信用的“刷客”帖子。一些专门的营业网站明码标价:钻石皇冠店铺“轻松打造”,一钻500元、二钻1000元、三钻2000元、四钻4000元、皇冠2万元。一些“刷客”还直接向卖家群发“刷钻”信息,甚至打出打折促销旗号,便宜的皇冠只要3000元,一个月刷成。

最近,一提起网上购物,北京的赵女士就很纳闷。不久前,她在网上看中倩碧化妆品,看到卖家信用是五钻级别,好评率超过95%,就拍了下来。结果货到后,她看见包装没有网上那么精致。使用一天后,脸上出现过过敏现象,而化妆品的气味也变了。“这么高的信用级别,卖的却是假货,看来不能相信所谓的信用级别。”她气愤地说。

“刷”出来的信用蒙蔽了消费者的眼睛,给他们带来很大的损失,就连开网店的店主也难逃厄运。

有3年经营网店经验的李雪告诉记者:“刷信用”就是信用造假,这个现象已经泛滥成灾。李雪回忆起了她的痛苦经历——

2005年,李雪在网上注册了一个店铺,辛辛苦苦做了两年多,信用还只有一颗钻,这让她很郁闷。但是常在网上“混”,她也能看出一些“门道”来。

“我一直很关心和我卖同类产品的江苏

卖家。有一次,我发现一个卖家的网店10天内信用等级就由两颗‘心’突然变成了一颗‘钻石’,速度快得惊人。”李雪说,刚小看这颗小小的“钻石”,它对卖家、买家都有很大的影响。

在网上,卖家的信用级别是通过买家的评价产生的。每个与卖家交易的买家都可以为卖家打分,一个好评就是一份。分数累积到一定程度,就可以使卖家的信用级别增长。买家在选购商品时,会把信用高的网店作为首选。店铺信用越高,在网上排名就越靠前,就能获较多的陈列位置和橱窗推广。这对于网店的经营非常有利。

后来,李雪知道那个卖家是请了“信用刷手”,帮忙造假信用。但李雪不敢请“信用刷手”帮忙,因为怕留下什么把柄被投诉。

2007年7月,李雪无意中受邀加入一个所谓的卖家经验交流QQ群。等进入群内,一个QQ好友对她说,这个QQ群的成员可以相互刷信用,而且都是卖家。她本以为卖家相互刷信用,谁也不会投诉谁,不会有什么风险,但最终还是落入了圈套。

“刚入群时,群主很热心,说一个月就能帮我刷出一个钻来。”李雪说,“我踏踏实实做了两年,信用级别还只有一颗钻,现在只要100元,一个月就能多加一钻,这对我来说是很有诱惑力的。”

李雪答应后,按照群主的交待,她把自己网店的账号和支付宝的号码、密码告诉了群主。一个月以后,群主把网店交还给她,她的店果然增加了一个钻。信用的升级果然给李雪的店铺带来了好生意。然而没过几天,李雪就高兴不起来了,她发现自己上了贼船。

“群主和我QQ私聊,说既然别人帮你

刷了信用,你也应该帮群里其他人刷信用,大家应该互相帮助。”李雪说,她有些不安,没有回答群主。第二天,她收到群主的留言:“如果不愿意帮助群友刷信用,我就向网站投诉你刷信用。”

看了留言,李雪很快答应群主帮刷信用。刷信用的方法和正常一样,只是不发货。

“要是被投诉、受处罚,我以前做的那个钻也会被取消,还有可能被封店。”李雪说。

最后,李雪不得不让自己的小店关门,一切重新开始。这就是为了走捷径而付出的代价。

“‘信用刷手’遍布全国各地,有不同的IP地址,很难被网站发现。只要没人举报,一般不会有事。‘信用刷手’从来不会担心雇主不付费,因为他可以把你刷‘黑’,通过恶评等方式进行报复。有些卖家也可能雇用‘信用刷手’,对竞争对手进行打击。”李雪说。

“刷信用”这种信用造假行为发展下去,势必会影响整个电子商务业,最后危害的还是商家自己。”一位电子商务人士分析称。

一位卖家抱怨说,他们“刷信用”是被“逼”的。如果技术上能够把“刷客”堵住,多数卖家还是愿意诚信经营。

据了解,淘宝、易趣、拍拍等购物网站正在想法堵住网络购物的信用漏洞。淘宝客服说,他们正严格对网络购物平台进行监控和检查,一旦查实有店铺采取非正常方式提高信用度,就封停该店铺。易趣则通过一个科学的信用等级计算方式,监控客户IP地址的活动,从技术上增加了刷信用的难度。

经济生活视点

预防流感正确使用口罩有技巧

新华社北京5月7日电 (记者崔静)在甲型H1N1流感蔓延的形势下,佩戴口罩无疑是隔离病毒的有效防范措施之一,有关专家日前对如何正确佩戴口罩作出了详细介绍。

专家指出,佩戴口罩前以及摘下口罩前后都必须洗手;口罩有颜色的一面面向外,有金属片的一边向上;系紧固定口罩的绳子,或把口罩的橡皮筋绕在耳朵上,使口罩紧贴面部;口罩应完全覆盖口鼻和下巴;把口罩上的金属片沿鼻梁两侧夹紧,使口罩紧贴面部。

佩戴口罩后,避免触摸口罩,以防降低保

护作用;若必须触摸口罩,在触摸前后都要彻底洗手。

摘下口罩时,应尽量避免触摸口罩向外部分,因为这部分可能已沾染病菌。摘下口罩后,放入纸袋内包好,再放入有盖的垃圾桶内弃置。

此外,专家提醒,外科口罩应每天更换,口罩如有破损或弄污,应立即更换。

科学防控甲型H1N1流感

中国空调市场品牌三强出炉 国产品牌海尔唯一入选

中国空调市场品牌三强座次排定,两大日系品牌分列第一、第三位,国产品牌海尔名列第二

本报讯 近日,品牌中国产业联盟发展研究中心公布的《中国空调市场品牌综合评价报告》对在中国市场上热销的日、韩及国产共8个品牌进行了综合评价。根据最终综合评价得分情况显示:中国空调市场品牌三强座次排定,两大日系品牌分列第一、第三位,国产品牌海尔名列第二。其中,作为国产空调品牌代表的海尔,凭借在质量、服务、节能省电技术及管理创新领域的优异表现,综合评价得分遥遥领先于国内其他品牌,成为唯一进入品牌三强的国产品牌。另外,值得一提的是,在专家评价分析五项指标之一管理创新力上,专家组也给海尔空调打出了最高分。

综观当下的空调消费市场,消费者购买空调时更多关注的是产品的质量、技术以及服务等。而作为国产品品牌的代表,海尔空调也

正是凭借“以消费者价值主张为导向”的理念,在质量、服务以及节能省电技术领域始终处于领先地位,赢得了消费者的广泛认可。

据了解,在质量方面,6项全球性极限环境模拟测试,10多位全球顶级研发专家的全程指导……海尔空调通过层层质量把关确保了产品质量的过硬。也正因如此,在此次质量稳定度考核指标中,海尔空调牢牢占据国产品牌第一的位置;而在安装服务上,海尔空调15年来不断实现服务升级,也为其成为国家安装服务的标杆奠定了基础。在此次评价中,其服务满意度得分因此位列所有品牌之首。

而在节能省电技术领域,通过领先省电技术为消费者创造“买得省、用得省”消费需求更是让海尔空调赢得了广大消费者的高度认可。在此次综合评价当中,海尔空

调在节能认可度上赢得了最高分,遥遥领先于其他国产品牌。海尔空调始终坚持“像卖海鲜一样卖空调”的营销策略,使其消灭了库存,确保了消费者买到家中的空调都是最新鲜的。

继2009年初国美、苏宁、日日顺等各大连锁卖场与海尔签下高效省电空调巨额订单之后,海尔省电空调持续保持市场高速增长,在4月更是创下了连续两周零售市场份额第一的纪录;受金融危机影响,尽管美国消费购买力下降,但美国消费者对海尔高效省电空调却情有独钟,海尔省电空调的销售一直保持着稳定的增长态势,出口美国市场的比重已达到了70%;在欧洲,海尔变频省电空调以高达六成以上的份额成为出口欧洲中国空调品牌中市场份额最大的品牌。(欣然)