



2月4日恰逢立春,18名湖北省知名书法家、画家来到华中第一高楼、武汉绿地中心项目工地,为200多名建设者和农民工画肖像,提前送去新春的美好祝福。
本报记者 张昀 通讯员 程超 赵云 摄

去年中央国有资本经营预算收入逾1400亿元

据新华社北京2月5日电 (记者中银韩洁)财政部5日公布数据显示,2014年,中央国有资本经营预算收入1410.91亿元,完成预算的98.9%,增长33.3%。

其中,利润收入1378.57亿元,股利、股息收入9.81亿元,产权转让收入22.53亿元。加上2013年结转收入152.19亿元,收入总量为1563.1亿元。

小商品坐上“高铁”

本报讯(记者张昀 通讯员刘树成)随着铁路货运组织的改革,小品类货物运量的节节攀升,广大货主对货物运输速度的要求也不断提高。针对货主的迫切需求,铁路武汉北站及时回应,极力提高货运列车速度,让小商品也坐上了“高铁”。

该站改变固有的随装随走运输组织方式,建立以编组站为支点的小品类货物快捷运输网络,按照小品类货物车流为基本组,同方向(同支点)其他车流补轴的方式,开行跨越多个编组站的远程技术直达列车,减少中转次数,最大限度压缩途中运行时间,实现货物快速送达。从2014年11月1日首发至今,该站共发出装有小品类货物的跨局远程技术直达列车602列,日均开行6.6列,有效满足了货主需求。

“葫芦站”实现安全生产好成绩

本报讯 临近春节,隶属于呼和浩特铁路局集宁站的四等站“葫芦站”虽然只有32名职工,却担负着日均接发72列客车、近400列货车的任务,平均3分钟接发一列车,一天接听1000多个电话。

据悉,集包客线、京包线上的古营盘站、卓资东站、集宁南站、集宁站等上下行共计10个方向的列车接发、会让作业,全在“葫芦站”展开。针对多方向接车压力,车站自创接发车卡控措施和岗位互控制度,增设了“联控值班员”,并为信号员配备了TDCS系统。职工还自己设计出带站场图的《中间站调车作业通知单》,实现了安全生产38年的好成绩。(魏芳)

本报记者时隔一年再次实地探访青岛即墨淘宝村 不卖假货的淘宝店主在做什么?

编者按

“淘宝售假”口水战最终以阿里巴巴和工商总局握手言和告一段落,公众也许猜不中开头,猜中结尾却并不难。在众人惊叹民企巨头公开“叫板”监管部门之后,消费者还是没有弄清楚淘宝所售商品的“非正品率”到底是多少。

喧哗过后,不妨冷静思考:淘宝售有假货是个不争的事实,但假货并非淘宝制造。假货不仅是淘宝之痛,更是“中国制造”的毒瘤。所谓假货大多是仿制知名品牌的产

品,许多厂商没有自己的品牌只能靠仿制生存,套用一句流行语,“说多了都是泪”。处于产业链低端的中国制造业,要想转型升级,必须靠创新,得有自己的品牌。实际上,一些淘宝店主已经意识到靠卖仿制品是不远,纷纷转型,经营自己的厂房,并努力创建自己的品牌。本报记者时隔一年再次实地探访青岛即墨淘宝村,探访这些努力转型的淘宝店主,讲述他们的故事,以期能给其他店主乃至中小制造厂商一些借鉴。

一年之后,再次实地探访即墨淘宝村时,见到了即墨金娃娃商贸有限公司总经理鄢敬光,他介绍说,“除了‘双十一’促销外,农历新年前是我们最忙碌、最赚钱的时候。”

做自己的品牌,中年汉子有了定价权

“今年一年在网上的交易额接近千万元,没有注册自己的品牌前,是想也想不到的,自从注册了自己的服装品牌,利润噌噌地往上

涨,还是打自己招牌来钱快……”跟记者说起一年来的变化,鄢敬光乐得合不拢嘴。今年48岁的他从20岁开始,就在即墨服装行业摸爬滚打。从上世纪90年代开始销售童装,到2014年创立自己的童装品牌,这个中年汉子完成了华丽的转型。

“前两年,像我们这些搞服装批发零售的,大多是做高仿品,贴网店品牌,开始卖得很好,但网络的特点就是反应特别迅速,随着加入的电商越来越多,假货泛滥,再加上生产厂家不准我们随意调整价格,生意是越来越不好做。”鄢敬光说。为了改变现状,他在女儿的帮助下开了第一家网店,并找了几家自己代理的童装品牌在网上销售,随着信用的积累,订单成倍增加,前5个月就创造了124万元的收入。但是,在网上卖代理品牌,有很多限制,后来赚钱也不那么容易了。据了解,代理品牌需要做推广,如果价格过低还会受到电话投诉,强制下架或者给予罚款,而且代理品牌要支付高品的代理费用。

随着对网络市场的逐渐熟悉,鄢敬光认识到必须要有自己的加工厂。“做自己的品牌,就有定价权,在保障品质的前提下,可以凭借多样促销手段来赢得更多客户资源。”经

过慎重考虑,2014年年初,他的第一个品牌“旺金娃娃旺”诞生了。现如今,他又投资600多万元创建自己的加工厂,组建研发设计团队,生意从国内延伸到了国外。

“网络上的空间特别大,只要你有创新、有想法,就肯定能赚到钱。”鄢敬光说。

从仿造到创造,80后小伙的3次转型

在即墨,像鄢敬光一样成功实现转型的电商不在少数,80后老板黄云峰也是一个典型代表。从接厂家订单到接网上贴牌订单,再到创自己的服装品牌,从仿造到创造,他实现了3次转型。

“一开始我们的小作坊规模小,也是求爷爷告奶奶地找一些大厂家接小额订单,但是价格压得很低,有时一件连1块钱都挣不到。”这种代生产加工的生意持续了3年,工人的工资几乎发不下去,黄云峰还差点把自己之前的积蓄全赔上。他也逐渐意识到这种被动接二手、三手订单的日子没有希望。

借助逐渐兴起的淘宝平台,黄云峰开始从网络上找订单,第一次他就接到了1万多个订单。“那是一家南方服装卖家的电话,因

狗不理牵手洋咖啡应肯定

老字号要发展,仅靠倚老卖老、固守传统,在今天已经行不通了

本报记者 赵剑影

1月21日,天津狗不理集团宣布成功获得澳大利亚最大的咖啡连锁品牌高乐雅在中国的永久使用权,预计今后5年将新开连锁门店200家,业界人士对此并不看好。不过,很多人忽视了这样一件事:快餐巨头麦当劳和肯德基都先后开卖豆浆。那么,就着咖啡吃包子,也是一种值得嘉许的尝试。

资料显示,狗不理集团是兼具餐饮、食品工业、物流配送等多业态的企业集团,2014年营业收入约10亿元,其拥有的“狗不理”品牌具有150多年历史。早在2012年,狗不理集团就曾申请上市做强做大,但是2014年7月,被证监会列入IPO申请终止审查名单,原因至今未对外公开。有券商分析师认为,“如果只卖包子,留给投资者的想象空间毕竟有限。”对任何一家打算登陆资本市场的企业而言,都需要通过收购、合作等方式来完善业务布局,通过讲故事的形式来提高估值。

包子卖得好好的,为何引入一个洋品牌?事实上,狗不理作为一家老字号餐饮企业,市场化程度低,竞争意识薄弱,其主要产品不是正餐,只能靠品牌知名度吸引游客消费,但这并不能增加客户的长期黏性。企业在国内上市,除了有盈利等方面的要求外,还需要有增长性的要求。有观点认为,此次狗不理牵手咖啡洋品牌,可能是为其再次上市铺路。

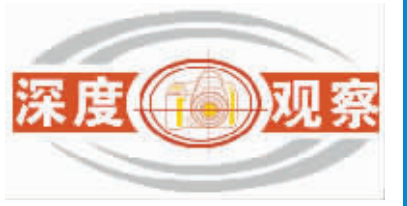
据了解,狗不理之所以联手该公司,除了看中高乐雅的品牌价值,还看中了咖啡市场的良好前景。资料显示,2012年中国咖啡消费大约为700亿元,未来5年将突破1500亿元。公开资料显示,高乐雅咖啡1979年起源于美国芝加哥,1996年成立于澳大利亚,是澳大利亚目前最大的咖啡连锁品牌,也是全球咖啡连锁五强之一。

对此,品牌竞争力学派创始人李光斗

分析称:“这种中西合璧对狗不理而言喜忧参半:喜的是中华老字号在包子以外找到了新方向;忧的是两个品牌嫁接没有任何优势。”他介绍说,目前中国咖啡行业处于冬天,狗不理能不能找到清晰的盈利模式,有待观察。不过,也有餐饮业人士称,包子和咖啡,分属于两个截然不同的消费范畴,两者的冲突性如果运作得好,就是强有力的互补,收到1+1大于2的效果。

相关资料显示,目前我国共有“中华老字号”2000多家,分布在全国各地。这些老字号的大量衰败有着相似的特点,固定客源减少,传统人际传播营销,营业人员逐渐老龄化,让老字号在“酒香也怕巷子深”的今天步履维艰。不仅是狗不理包子一家,很多老字号企业都深陷转型泥潭。全聚德这两年也采取了一些转型措施。比如,一些门店尝试着卖早点、自助餐,有的门店开到了社区。这样仍旧没有打开口路。

对于这些中华老字号来说,品牌无疑是一项长期积累的财富,但面临新的市场环境和消费习惯,反而成为一种包袱。老字号要发展,仅靠倚老卖老、固守传统,在今天已经行不通了。随着人们生活习惯的改变,老字号的改革和创新手段是否能在最大限度上赢得新一代消费者的青睐,还需要市场的检验。老字号不仅要加快体制机制创新,也要扭转认识上的误区,要培育年轻人群等新兴消费群体。伴随市场全球化带来的竞争,民族品牌只有区分定位,形成错位经营,才能在转型中形成精品路线。



未按期完成隐患整改任务 208家涉氨制冷企业被通报

本报讯(记者王冬梅)国家安监总局2月4日通报了河北衡水绿源鸭品有限公司等208家未按期完成安全隐患整改的涉氨制冷企业,相关安监部门责令全部停产整顿、挂牌督办,严格验收,隐患不消除、验收不合格,不得恢复生产;到期仍未完成整改的企业,要提请当地政府依法予以关闭。

依据国务院安委会办公室要求,去年全国深入开展涉氨制冷企业液氨使用专项治理,排查出采用氨直接蒸发制冷的空调系统、快速冻结装置未设置在单独作业间内等重大事故隐患3836处。但截至2014年底,仍有16个省(区、市)、41个市(州)的208家涉氨制冷企业未按期完成上述两方面重大事故隐患的整改。

据了解,涉氨制冷企业主要集中在农副产品加工、食品制造、仓储等行业,多数属

于劳动密集型产业,如果包装间、分割间、产品整理间等人员较多生产场所存在氨直接蒸发制冷空调系统、快速冻结装置未设置在单独作业间内等重大事故隐患,一旦发生液氨泄漏,易引发群死群伤的重大生产安全事故。

国家安监总局要求,2015年各地区要继续深化涉氨制冷企业液氨使用专项治理工作,凡因上述两方面重大事故隐患整改不到位发生事故的,要加大对企业的责任追究力度,直至取缔关闭;对事故发生企业未下达过整改指令、未按要求报送过企业名称或到期整改不到位批准生产的,要依法追究相关安全监管部门的责任,在今后督查、暗查等工作中发现有企业仍然存在上述两方面重大事故隐患的,将对相关安全监管部门予以通报批评,并追究相关人员监管责任。



●冬季保供一线的你我他⑩

我以我心汇“暖流”

——中石油管道公司一线员工天然气冬季保供掠影

问题,管道公司做出了诸多努力,而管道行业的特质,决定了管道人的“四海为家”成为难以逾越的常态。

干了一半辈子管道工作的高密输气站副站长王立平和爱人所在的潍坊输气站相距70公里。每上班一个月,王立平接上爱人,一块驾车回到400多公里外的德州家中,和双胞胎女儿度过半个月的假期,并尽量抽时间去300多公里外的廊坊看望一下年迈的双亲。

即便如此,作为站领导,这样的休假时间也很难保证。进入冬季保供期后,3个站领导更是取消了休假。王立平说,冬季供气量大,管道压力变化大,再加上冬季农田水利施工多,我们加密了站内设备的巡检频率,加大了管道巡检力度,站领导日夜待在站里,可以随时应对突发事件,同时也保证员工的正常休假期。

保畅通:练好内功

立足于保管道畅通,管道公司对各分公司提出了在天然气管道运行方面加强气质检测,确保天然气水露点达到冬季工艺运行的要求,促使各分公司做好加热装置等站场设备检查维护工作,减少冰堵造成的影响。

下辖的各分公司未雨绸缪地编制了入冬前设备维检修方案和冬季运行方案。山东中油天然气公司总经理高长顺掰着手指头对记者说,根据冬季运行气温低、易冰堵和输气量大的特点,公司对站场冰堵方案进行了完善,各站组织了演练,要求维修单位24小时值班,做好应急响应工作,添置了蒸汽机、注醇机、涡轮加热器等先进的防冰堵设备。

中原分公司在冬季来临前,根据所辖管道的特点,更是对站场设备进行了一次近乎“地毯式”的大维护:完成了调压装置的检修工作;对站场19台超声波流量计、流量计算机、变送器进行现场核查检验,以保证天然气计量交接的准确性;完成站场球阀及驱动装置润滑脂更换,根据冬季低温环境使用了耐低温润滑脂,保证阀门冬季正常开闭;对站场10台旋风过滤器、卧式过滤器进行离线排污操作。

保民生:全力以赴

2014年,位于山东境内的山东中油天然气有限公司和中原输气分公司共销售天然气55亿立方米,占山东市场用气量的三分之二以上。

冬季供气前,管道公司按照“保重点、保民生、保稳定”的天然气保供原则,制定了应急销售预案,优化管网运行,重点压减化工、化肥、CNG、LNG等用气,最大限度地降低供气安全风险,确保民用、公用事业和重点城市的安全平稳供气。

入冬以来,管道公司针对所辖市场区域天然气供需紧张局面,采取优化下游市场用气结构、密切跟踪市场供应情况、实施冬季应急销售预案等一系列措施,保障冬季天然气安全平稳供应。

为扩大气源,管道公司采取代输、串供的方式与中国石化开展合作。自2014年11月1日起,通过中原大化与青岛泰能两个用户与中国石化山东管网公司串换天然气量30万立方米/日,大幅提高了中国石化齐鲁线东部管网运行能力,有效保障了向山东省东部鲁南等地的平稳供气。据统计,天然气日供气量目前已达到历史最高值的3000万立方米以上。

万里气源行
千家万户暖

人社部:社保基金平衡压力增大

新华社昆明2月5日电(记者徐博)人力资源和社会保障部副部长胡晓义在5日召开的全国社会保险局长会议上透露,到2014年底,基本养老保险、城镇基本医疗保险和生育保险2014年基金收入从前几年的平均增幅20%左右降至10%左右,而随着老龄化加剧,支出增幅仍高居不下。

去年职工养老征收收入增长明显低于支出增长,基金收支缺口愈加明显。医保基金出现局部吃紧,前几年社会上对医保基金节余过多的议论逐渐转向对基金风险的担忧。胡晓义说,目前各项社保覆盖量已达到相当规模,参保资源饱和度提高,扩面空间收窄,今

后要增强基金运行的预测预警,多措并举增收节支,增强制度的可持续性。基金要坚持依法征收和应收尽收,禁止以任何名义自行降低缴费基数、缴费费率损害参保人员利益,同时打击各种套取、诈骗社保基金行为。

据了解,今年将利用机关企事业单位养老保险改革的契机,推进公务员参加医疗、工伤、生育保险。工伤保险将以建筑业为重点展开扩面,今年各地新开工建设项目要实现100%参保,在建项目要实现80%参保。

此外,今年将扩大实施全民参保登记计划至50%地区。适应社会流动性需求,去年全年共办理职工养老跨省转移181万人次,5年累计办理跨省转移560万人次,转移资金931亿元。今年将建立参保信息跨地区交换、全国范围内及时对比机制,实现参保数据动态更新。