

公益征程从“心”开始

金鑫珠宝集团“金种子爱心工程”彰显社会责任

□本报记者 戴黎明

近日,“金种子爱心工程”实施一周年新闻通气会在郑州举行。河南省助残济困总会主席张世军、河南省慈善总会会长李志斌、河南省慈善总会常务副会长杨德恭、河南省金鑫爱心教育基金会理事长宋克耀、河南省助残济困总会副主席兼秘书长朱昆明、河南省慈善总会秘书长师成平、金鑫集团董事长永安及社会各界爱心人士出席。

在中国慈善事业最低迷、公众对慈善事业不信任不支持情况下,为推动全社会关注并参与慈善事业,金鑫珠宝集团联合慈善机构启动以“企业兴善举、父母做奉献、孩子献爱心”为主题的“金种子爱心工程”。

通过“慈善促和谐”,从小培育少年儿童慈善意识,引导社会大众对贫困家庭孩子的持续关注,从而引发全民慈善行动。

该大型公益活动以家庭为主体,以孩子为代表,凡未满18岁孩子的家庭均以孩子的名义向河南省慈善总会捐款100元,可以得到金鑫珠宝集团赠送的1克爱心“金种子”标志着从小为孩子种下了一颗慈善的金种子。金种子受益部分的90%归个人,另外受益不低于10%的部分捐献给慈善事业一直延续爱心。

2012年5月30日,河南省慈善总会、河南省助残济困总会、河南省金鑫爱心教育基金会、金鑫珠宝集团四家单位联合发起的“金种子爱心工程”大型公益活动启动仪式,在河南省人民会堂隆重举行。该活动得到了省政府领导、慈善机构的关注与支持。在“金种子爱心工程”实施的第一期,共有370多个爱心家庭参与,募集善款330多万元,形成了良好的慈善氛围,通过慈善促进了社会的和谐发展。

金鑫珠宝集团董事长永安认为,有爱心的人才能成就伟业,有爱心的孩子才能茁壮成长!当前社会上重残儿童、农村留守儿童群体亟待关注和得到实实在在的支持。用“金种子”开的花结的果惠及那些需要帮助的贫困学子,他们更有让人帮助的动力,因为教育能改变生活,改变未来,在人生的关键路口,扶他们一把,就有可能改变他们的一生。

作为一个有强烈社会责任感的爱心企业,金鑫珠宝集团始终怀抱感恩之心反哺社会,积极参与与社会各项公益事业。自1997年创建至今,为扶贫助学、抗震救灾等各类公益事业,该集团累计捐款达6268万元,用一次次的爱心之举积极履行一个民营企业的社会责任。

中纪委要求纪检监察系统干部职工清退会员卡

中纪委日前下发《关于在全国纪检监察系统开展会员卡清退专项活动的通知》,要求纪检监察系统在干部职工要在6月20日前自行清退所收受的各种名目的会员卡,做到“零持有、零报告”。“会员卡虽小,折射出的却是作风建设的大问题,反映的是享乐主义和奢靡之风。”中纪委书记王岐山说。

在中央反腐力度不断加大以及“八项规定”落实的背景下,官员明目张胆收受钱财和大吃大喝

的现象被遏制,转而进入不少需要办理会员卡的高档会所。会员卡在一些地方已成为一个通行于官场和市场的“潜规则”,成为腐败的“灰色隐蔽地带”。中纪委选择会员卡作为反腐重点,意味着反腐败的力度加大,将从公开场合向私密领域延伸。纪检监察部门开始清退会员卡,彰显了打铁还须自身硬的决心和信心,将为反腐败工作做出表率。(据新华社)

国家工商总局开展儿童用品专项整治行动

记者日前从国家工商行政管理总局获悉,“六一”国际儿童节来临之际,国家工商总局部署各地工商部门开展了一次为期近两个月的流通领域儿童用品质量专项整治行动,严格儿童用品质量监督,严厉查处销售假冒伪劣和不合格儿童用品等违法行为。据了解,专项行动期间,共出动执法人员12.22万人次,检查经营主体15.44万户次,查处销售假冒伪劣和不合格儿童用品案件722件,案值313.40万元;受理消费者涉及儿童用品商品的申诉627件,为消费者挽回经济损失88.44万元。

根据国家工商总局的部署,各地以儿童服装、玩具、童车、儿童安全座椅等为重点,强化对社会反映集中、涉及儿童人身健康和安全的儿童用品的质量监测,加强对儿童用品质量违法案件的线索排查,及时发现和依法查处标识标注违法以及以次充好、以假充真、以不合格产品冒充合格

产品等违法行为,有力规范了儿童用品市场秩序。在扎实开展市场监管的同时,各地工商部门还积极开展儿童用品消费教育和引导工作,加强对经营者的行政指导,教育商家切实增强法治意识和责任意识,向消费者宣传儿童用品消费知识,引导消费者提高识别辨别和自我保护能力。

国家工商总局有关负责人表示,各级工商部门将继续把儿童用品作为流通领域商品质量监管的重点,加大流通领域儿童用品质量监管工作力度,加强流通领域商品质量监测,及时受理和依法处理儿童用品的申诉、举报,认真开展消费教育和引导,依法严厉查处销售假冒伪劣和不合格儿童用品违法行为,加大对社会反映集中、涉及儿童人身健康和安全的儿童用品的质量监测,加强对儿童用品质量违法案件的线索排查,及时发现和依法查处标识标注违法以及以次充好、以假充真、以不合格产品冒充合格

网店收税传闻来袭

淘宝卖家1年或缴税400亿元

5月30日,业界传出电商网店将被征收5%营业税的消息,在电商界犹如扔下了一颗原子弹。

日前,《每日经济新闻》记者就此事先向国家工商总局市场司司长刘红亮、财政部财政科学研究所所长贾康、财政部财政科学研究所副所长刘尚希等求证,但或许基于话题本身的敏感性,上述人士基本以“不知情”回应。

如果传闻为真,阿里巴巴生态中的C2C系将可能成为征税重点区。

年内开征可能性不大

今年“两会”期间,苏宁云商董事长张近东以及湖南步步高商业连锁董事长王填呼吁对网店交易实施征税。

张近东对此解释说,由于电商发展速度太快,相应的配套措施未能跟上,直接导致近年交易中约有一半游离于法律之外。同时,电子商务行业非注册经营、非税销售、假冒产品充斥等现象的出现,给行业带来不公平的竞争环境,不利于行业健康发展。建议工商、质检等相关部门加大产品质量监管、保护知识产权、合理征税等方面的管理。

一时间,网店征税话题在电商界,甚至社会上掀起了数场舌战。

据相关媒体援引消息人士言论称,国内网店征税一事目前进入倒计时,相关部门已开始商讨具体收税措施,年内有可能正式向网店征收5%营业税。

此前,有媒体披露,在今年3月于北京召开的一次秘密会议上,商务部和财政部向有电商投资经验的投资机构征询征收税款的具体操作方法。

种种信号似乎都在暗示着网店征税进程势不可挡。

日前,也有业内人士向记者分析称,目前官方人士闭口不谈网店征税之事,可能主要基于两个原因:一是征税事宜仍处于讨论中,目前在政府未公布此事之前,提前泄露消息不妥;另一个原因可能在于,网店征税事宜,在讨论中仍存在不同声音,具体的相关事宜仍有变数,因此也不方便评论。

4月1日正式施行的《网络发票管理办法》,曾被认为是向

电商征税的前兆。

4月15日,发改委、财政部等13个部门联合发布的《关于进一步促进电子商务健康快速发展有关工作的通知》中也再次提到了电商征税。

电子商务行业独立分析师李成东向记者表示,网店征税已经是一股不可阻挡的潮流,区别只是时间早一点或晚一点的问题。

不过李成东指出,“估计国家不会在年内实施相关的政策,因为对网店征税,仍需要进行一段时间的调查、研究,听取社会意见,同时还需要试行、反馈等流程,待实验成熟后再全面推广。”

一位在互联网上从事与税务行业相关工作的业内人士向记者表示,如果国家真的对网店征税,可能建立一个专门的网络税收监控中心,将税收综合征管系统、内部发票管理系统与网络交易平台对接,通过获得网店经营者真实的网上交易数据,可以实现对每笔交易都有据可查,从而将税款应收尽收。

对B2C网站将是明显利好

目前,我国电商网站中,主流的B2C网站如天猫、京东等,均为正常纳税平台。目前所提到的电商征税,主要对象是以淘宝为代表的众多的中小C2C卖家。

数据显示,2012年淘宝、天猫实现交易额突破万亿,其中天猫成交额大致为2000亿元,保守估计淘宝交易额约为8000亿元左右。如果不计算减免免税的额度而粗略计算,以5%的额度征税,淘宝上的商家一年下来将因此增加近400亿元的税收成本。

一位从事与税务行业相关工作的业内人士指出,如果国家对网店征税,会给淘宝及中小卖家带来一定的经营风险。

“首先就是一些货源渠道不正规的店铺,如果要征税的话,他们首先得出具相关的发票,而一些店主很难做到这点;此外,目前还不明晰的是,对网店征税是否将追溯到第一笔订单产生的时间点,如果那样,很多网店赚的钱都不够交税。而一旦开始施行这一政策,对于苏宁等B2C网站而言,将是明显的利好”。



信阳“雅尚美”美容休闲会所,环境优美、品位高雅,其美容产品采用世界五大品牌之一的“雅姿”,并配备世界顶级“迪新”空气净化器及同等品牌的“益之源”净水器,以优质的产品+专业的美容手法+不断的创新,为爱美人士提供美容、美体、休闲等服务。因为会所内部

王玉田 摄

桂林市消协组织开展大型超市价格比对活动

□张玉保 周锦珊 顾艳伟

日前,广西桂林市消费者协会组织开展了一次大型超市价格比对活动,对桂林市内8家大型超市10种日常消费品进行了价格比对,给消费者提供价格消费指导。调查结果显示,同一商品不同超市价差悬殊。

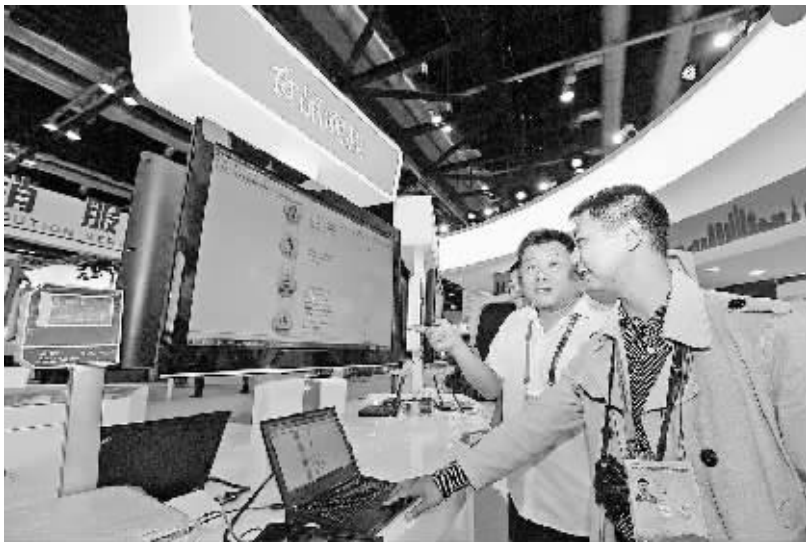
据了解,此次活动由桂林市消协工作人员以普通消费者身份,分别在微笑堂超市、百货大楼超市、南城百货超市、人人乐桂林联达购物广场、沃尔玛(广西)桂林分店、华荣自选超市、广西联华超市、又好又多

超市共8家大型超市,调查、采集和购买同一企业生产的同品牌、同品种、同规格的商品及价格。调查共涉及调味品、日化用品、休闲食品等10种商品。为保证客观真实性,所购买的商品价格均不涉及打折、促销和会员价。

调查结果显示,商品价格差异异常悬殊,10种商品中,有7种商品在不同超市之间的价差比超过了20%。其中,中华健齿白炫动果香味牙膏(155g),价差比最高,售价最低的是沃尔玛(广西)桂林分店,价格为4.8元,售价最高的是华荣自选超市,价

格为6.5元,价差1.7元,价差比达35.4%。金龙鱼第二代食用调和油(900ml)价差比例排第二,售价最低的是沃尔玛(广西)桂林分店,价格为14.0元,售价最高的是百货大楼超市,价格为18.9元,价差4.9元,价差比35%。

在市场经济条件下,商家拥有自主定价权,但是同一种商品价差比35.4%的结果还是让人惊讶。桂林市消费者协会提醒消费者,购物时要货比三家,了解各商家差别化经营情况,时常横向对比价格变动信息,做一个精明理性的消费者。



在近日举办的第二届中国(北京)国际服务贸易交易会上,某公司展示的物联网食品溯源项目备受关注。据介绍,该项目集3G实时传输、RFID、二维码/二维码技术为一体,可实现从养殖、批发、运输、超市和农贸市场等全流程的食品安全信息监控。

董芳忠 摄

中等收入消费者更爱高端产品

□虎黎鑫 陈丽光

“据我所知,在国贸上班、月收入上万的白领,不吃也得买好包。”在中国传媒大学读经济管理硕士的鲁小姐告诉记者。鲁小姐的观察并不是个例——日前,尼尔森公司对130个高端的家庭和个人护理品牌进行了研究,结果显示,和更富裕的中国消费者相比,中等收入消费者更愿意去购买高端产品。

而国家统计局的相关数据显示,2000年至2012年间,中国城乡居民人均可支配收入从2000年的6280元增长到2012年的24564元。不断增长的数据背后,是中国消费者已逐步形成更为精致、个性的生活品位的现实。

谁在消费高端产品?

“我理解的高端产品并不是像爱马仕的包这些具有投资价值产品,而是相较于普通产品更加高端和需要付出相对较多的资金,但并不是高不可攀。”鲁小姐告诉记者,“更多的意思是中等收入的消费者他们的消费观念已经开始升级。”

鲁小姐也给记者举了个例子:“比如牙膏,可能在十年前更多的消费者比较倾向于选择两面针、冷酸灵这样的产品,这些产品现在市场价依然在2元至3元左右;而现在,同样作为国产品牌,一支售价在28元左右的云南白药牙膏正在成为更多消费者的选择。购买高端产品的消费者并不都是富裕人群,事实上,平均收入水平的消费者对高端产品更感兴趣”,鲁小姐向记者阐述了她的观点。

而相关数据也能证明鲁小姐的观点。央视市场研究媒介与消费行为研究部发布的相关数据显示,高端产品的消费群体是家庭平均年收入34万元左右的中等收入人群,他们追求生活质感,认为品牌是身份的象征。

而另外一份调查结果更能说明这个问题。在《2011中国城市发展报告》蓝皮书中显示,我国中等收入阶层规模到2023年前后可能突破50%。近年来,我国城市中低收入阶层始终是城市消费的主力,其消费性支出总量占城市居民消费性支出总量的比重呈逐步上升的趋势,一直在40%以上,2009年达到了

49.3%,高出其在城市人口中的比重约12个百分点,但这一比重也一直低于其可支配收入总量在城市居民可支配收入总量中的比重,其消费行为比较谨慎。在其消费性支出中,用在食品上的花费一直比较稳定,在33%至35%之间,远低于城市中低收入阶层,而用在可以彰显身份、引领时尚、体现生活品质的交通、通讯、教育、文化、娱乐以及居住等方面的花费在其消费中均占有重要位置,远远高于城市中低收入阶层用在这些方面的费用,其中服务性和交通、通讯、居住的消费比重呈稳步增加的趋势,特别是服务性消费的比重与城市高收入阶层的消费性消费比重比较接近,并且两者的差距在逐步缩小。

哪些高端产品受欢迎?

“你对高端产品的定义是什么?”“开始我觉得高端产品得是名表、名包、名车等,但是现在想想,生活用品和食品中,高端产品也不少;牙膏、饼干、液态奶、婴儿奶粉、护肤品等等。”鲁小姐回答记者提问时表示,“相比较于一般常见的产品,我更喜欢具有特殊功

知,存在对平台内网店的违法行为只做形式处理或不作处理;对销售的商品或提供的服务是否有虚假宣传,及是否对申请通过网络交易平台提供商品或者服务的商家经营主体身份进行审查;是否与申请进入网络交易平台进行交易的经营者签订合同(协议);是否建立与工商机关之间的消费者投诉协调机制;是否建立交易规则、交易安全保障、消费者权益保护、不良信息处理等规章制度。

按照广西工商局的要求,各工商局必须在本地地区确定一个网站进行重点检查,在检查过程中发现的不在名单中的规模相对较大的网站,也要按要求进行检查。为保证检查效果,6月中旬,广西工商局将对部分网站进行抽查。

据介绍,此次检查对象为辖区内从事网络商品交易及有关服务,具有一定影响力与知名度,规模相对较大、具有独立域名的C2C、B2C及B2T(团购)网站,共确定美美购商城、广西特产网等29个网站进行专项检查。主体资格、交易行为、履行法定义务、消费者权益保障机制建设4个方面是本次检查的重点,具体包括:利用电子格式合同条款侵害消费者权益的行为;销售假冒伪劣商品违法行为;是否在明知或应

为了让消费者不再犹豫,不再遗憾,河南格力公司携全省经销商,将于6月10至16日历史性地推出“万人端午抢格力”这一夏季最大力度的优惠活动,2013年夏季仅此一次,这也必将是今年夏天买空调的最佳时机,望消费者切莫错过。

文 莉 顾艳伟

近日,广西工商局在全自治区范围内开展重点网络商品交易网站专项检查工作,6月中旬,还将组织对各地市的部分网站进行抽查。

作为证据的是,相关调查数据显示,更多中等收入消费者青睐创新特质,诸如奶茶、乳酸菌饮料等“跨界产品”这几年颇受青睐。2011年至2012年,奶茶销售实现了年度105%的增长,而同期,即饮茶的增长却下降了5%。从2011年至2012年,乳酸菌饮料实现了43%的年度增长,相比之下,酸奶的年度增长仅为2%;同时,薄荷糖实现了15%的年度增长,而糖类产品的整体增长仅为7%。

消费者细分需求的变化,也使每个品类下的产品变得更加多元。以2012年奶粉市场为例,特殊配方婴儿奶粉、老年人奶粉和高钙奶粉分别实现年度60%、39%和22%的增长。突出细分市场的产品,更容易被高价买单。

“对于汽车,中等收入人群可能已经跨过了把它作为代步工具的阶段,更多的是让它成为身份的象征。比如刘先生,他自己开公司,就愿意拿更多的钱去买一辆品质比较好的车。”鲁小姐告诉记者。而相关的调查数据也显示,在被调查者中,近五成(47%)中等收入(月工资10000元至30000元)的消费者表示,他们愿意为了购买50万元以上的豪华车而攒钱;超过五成(53%)的消费者表示,他们更倾向于购买25万元至50万元的汽车。

容声步入发展快车道

日前,在“容声冰箱30周年”新闻发布会上,海信集团副总裁、海信科龙董事长汤业国首次披露,经历了并购过程中的磨合和调整之后,容声已经步入发展的快车道,迎来又一个新的机遇期。

谈及这个持续了数年的企业战略话题,汤业国表示,海信与容声这两个有着相同技术、质量基因的品牌走到一起,各有侧重,互为补充。今天“质量”已经成为容声具有明显区隔度的品牌资产,“专注冰箱”也成为容声心无旁骛的核心竞争力,助其牢固占据全国中高端市场。未来,在不遗余力地巩固容声在专业

品质上的深厚积累之外,海信将发挥其综合品牌的技术领先优势,通过聘请全球一流的工业设计,通过聘请全球一流的工业设计,和更富裕的中国消费者相比,中等收入消费者更愿意去购买高端产品。

据悉,从2005年至今,容声冰箱国内销售规模已从117万台增长到目前的近400万台,市场占有率从6.05%增长到12.2%,品牌指数和品牌保有量持续占据较高水平。步入而立之年的容声,将继续巩固在中国冰箱行业的强势地位,实现核心技术专业品质的融合式发展。

(容 宣)