

餐饮收入增幅继续下滑

商务部发言人姚坚日前透露,我国餐饮收入增长继续下滑,去年全国餐饮收入实现23448亿元,同比增长13.6%,比上一年下滑3.3个百分点。而随着众多企业的战略调整,杀入“平价餐饮”市场,大众化餐饮的竞争将更加激烈。姚坚表示,商务部正在研究制定大众化餐饮政策,促进餐饮消费的理性、健康发展。

姚坚表示,我国餐饮收入增长自2008年

以来就基本呈现下降态势,而随着中央厉行节约、反对浪费八项规定的出台,公务消费日益规范,客单价逐渐回落,餐饮行业增速进一步放缓,经营效益普遍降低。

“高端餐饮企业正在做大量突围式的努力。”中国烹饪协会副会长冯恩援介绍,比如通过打折优惠、参加团购、推出平价菜品等措施来吸引消费者,但效果却不明显。

近日,餐饮业上市公司公布的半年报印

证了高端餐饮转型的举步维艰。湘鄂情半年报显示,上半年公司实现营收4.27亿元,同比下降38%;净利润则亏损2.2亿元,同比下降约388%。另外,餐饮企业小南国上半年净利润3183万元,同比下降43.3%。全聚德也不例外,上半年实现净利润6158.04万元,同比下降31.45%。

亏损幅度在不断扩大,冯恩援认为,“高端餐饮业的转型阵痛期很长,要做好打‘持久

战’的准备。”

不仅仅高端餐饮面临困境。商业地产价格上升、原材料涨价、人力成本增加、各种税费等,则是所有餐饮企业都面临的问题。“餐饮企业‘三费’增速高于企业利润增速。”姚坚说,2012年餐饮企业营业、管理和财务费用比上年增长14.2%,利润、利润总额增长率却均不到1%。针对税费方面,冯恩援强调说,餐饮业要缴的税费最多可达到40多项。

姚坚指出,餐饮行业面临重新洗牌,大众餐饮将成为餐饮消费的主力军。商务部正在研究大众化餐饮发展的支持政策,包括进一步加强行业发展和标准建设,发展集约化、连锁化的经营,加强技术创新,提高网络和信息化水平,加强餐饮安全等。

(程京)

严控三公消费冲击高端酒 国产葡萄酒巨头销量齐跌

在严控三公消费政策以及进口葡萄酒冲击的多重影响下,国产葡萄酒企业迎来了业绩寒冬。两大国产葡萄酒巨头张裕及长城近期公布的半年报显示,今年上半年张裕和长城葡萄酒销量均出现大幅下降,张裕今年上半年营业收入下降15.71%,其中葡萄酒销售收入下降19.9%;而中粮旗下的中国食品营业收入下降10.6%,其中葡萄酒销售量同比下降34%。

对于上半年营业收入的下滑,张裕解释主要是酒庄酒等高档产品销售收入同比下降。张裕表示,受经济增速放缓、国家相关政策变化和国外葡萄酒此前多年持续大量涌入的累积效应影响,国内葡萄酒行业竞争十分激烈,给公司产品销售带来较大压力。

旗下拥有长城葡萄酒等品牌的中国食品业绩大变脸出乎所有人意料,从去年的净赚4.74亿港元摇身一变变为亏损3.04亿港元。中国食品公布上半年营业收入139.2亿元,母公司所有者应占净利润亏损3.04亿港元。中国食品表示,亏损的主要原因是酒品类分部及厨房食品分部所致,其中酒品业务受冲击较大。而严控三公消费和限酒令政策,令高端酒类的需求应声下跌,加上进口葡萄酒企业的竞争,均为业务带来严峻挑战,期内葡萄酒销量大跌34%。中国食品还预计,随着高端葡萄酒泡沫的破裂以及理性消费的回归,葡萄酒将由之前的宴会等政府商务场合更多地走向中低档大众消费市场。(陈琼)

农业部:畜产品价格总体稳定

据农业部监测,今年第34周“全国农产品批发价格指数”为209.48(以2000年为100),比前一周升0.72个点;“全国菜篮子产品批发价格指数”为212.46(以2000年为100),比前一周升0.85个点。

畜产品价格总体稳定,猪肉价格继续上涨。猪肉和牛肉周均价每公斤分别为21.86元和51.80元,环比分别涨1.1%和0.5%,其中猪肉连续第6周上涨。白条鸡、羊肉和鸡蛋周均价每

公斤分别为13.76元、53.82元和18.36元,环比分别跌2.5%、0.1%和0.1%。

多数水产品价格小幅下跌。草鱼、花鲢鱼、白鲢鱼、鲤鱼和鲫鱼周均价每公斤分别为15.26元、12.25元、7.94元、11.21元和16.52元,环比分别跌2.8%、2.1%、1.9%、1.6%和1.3%。

蔬菜价格总体上涨。重点监测的28种蔬菜中19种上涨、3种持平,周均价每公斤为3.61元,环比涨3.1%。分品种看,西葫芦和黄瓜涨幅

在10%~20%区间;青椒、平菇、韭菜、生菜、菠菜和豆角涨幅在5%~10%区间,其余品种在5%区间内波动。

水果价格小幅下跌。重点监测的7种水果周均价每公斤为4.99元,环比跌2.0%。分品种看,菠萝周均价为每公斤4.80元,环比跌12.6%;其余品种除西瓜涨幅较大外,总体波动较小。7种水果上周交易量为12.28万吨,环比减少12.4%。

(张华)

桂花胭脂藕



将花果茶和少量的糖放入密封碗中;用开水冲泡好备用;藕切成片后放入锅中焯水,加入适量的盐;藕片焯熟后捞出放入冲泡好的果茶中;完全凉后(喜欢酸味的可以加入适量的白醋),盖好密封盖放入冰箱中冷藏3个小时以上;再拿出来摆盘好,捞出几粒花果茶粒和桂花撒在藕片表面即可。

薄荷话梅芸豆



将白芸豆提前一晚浸满水泡发,豆子涨大后饱满洁白;在大砂锅内倒入泡发后的芸豆、话梅、山楂、冰糖,加入500毫升清水文火煲煮约90分钟;关火后不开盖利用余热和汤汁继续焖2小时至3小时,使芸豆软烂入味,加入洗净的鲜薄荷叶浸泡半小时即可享用。

“美食美客”征稿

民以食为天,在生活当中,关于饮食的话题有太多。本报饮食文化版从近日开始推出与消费者互动的专栏——“美食美客”,请您来谈一谈在我们信阳,什么地方的“吃”让您留恋,什么地方的“吃”让您“消化不良”,不论好与坏,您都可以在这个互动的平台上畅所欲言。

热线电话:13849762588
邮箱:xyrbms@126.com

鸡公山·信阳

好谷信阳人 好酒鸡公山

鸡公山酒业 1949

服务热线:400-019-9919

了解银行代销产品

什么是银行代销产品

银行代销产品,即银行代理销售的由基金公司、保险公司、信托公司等其他机构设计并承担主要责任的产品。目前常见的银行代销产品包括基金、保险、信托、国债及贵金属等。

银行代销产品的性质

在银行代销产品业务中,银行作为代理销售方,发挥营业网点数量众多、分布广泛等优势,提供产品的销售平台,所承担的责任与银行自产自销产品有较大区别。

代销产品的经营主体分别是基金公司、保险公司、信托公司等外部机构,因此,基金、保险、信托等产品的设计、投资、管理等均由基金公司、保险公司、信托公司等外部机构负责。

银行代销产品是银行为投资者提供的多层次金融服务方案内容之一,使投资者能够运用银行平台选择其他经营主体的产品。因此,投资者在选择代销产品时,不能仅仅依赖于对银行的了解与信任,更要重点考察基金公司、保险公司、信托公司等经营主体公司及产品本身的情况。

重点关注事项

正确认知:代销产品宣传中的预期收益或所提及的过往收益等通常是经营主体公司通过模拟预测或依据历史数据测算得出,产品最终实现的收益,很可能与其过往收益或预期收益有偏差。

全面了解:代销产品的产品说明书、合同条款或招募说明书等资料由经营主体公司提供,其中对代销产品的责任和义务等重要内容有详细说明,投资者应仔细阅读,全面了解投资产品。

正视风险:基金、信托、投资型保险等产品是投资产品,投资者既可能分享投资所产生的收益,也可能面临投资风险,导致本息损失。投资者应对本人购买的产品承担相应的风险责任。

交易确认:银行作为代理销售机构,将投资者的买卖交易申请提交给经营主体公司进行最终确认,投资者应及时查询交易结果。

收益跟踪:在购买银行代销产品后,投资者可通过查询经营主体的网站信息、查阅相关产品收益报告或致电产品经营主体公司咨询等方式,及时跟踪所购买产品的运作表现和收益情况。

保险产品的“犹豫期”

根据中国保险业监督管理委员会对于“犹豫期”的相关规定,投保人身保险时,投保人从收到保单并书面签收之日起10日内可以选择是否退保。

如果认为所投保的产品与需求不符,投保人可以在“犹豫期”内无条件解除合同(即退保),保险公司在扣除不超过10元的成本费后,应退还投保人全部保费并不得对此收取其他任何费用。

金融知识进万家

信阳银行业金融知识宣传服务月专栏
◇中国银行业监督管理委员会信阳监管分局◇