



各级医院实现同药同价

□晚报记者 邢进 见习记者 刘涛

本报讯 按要求,1月1日起,全省医院开始执行新的药品价格,实现同药同价。无论在省级医院还是县级医院,患者购买同样药品,价格统一。

昨日,记者在省会几家医院了解到,各家医院从零时起均已开始执行新的药品价格。但由于逢节假日及时间仓促等原因,部分医院尚未来得及在首日对药品价格进行公示。对此,很多患者并不知情。

去年全市少缴社保费过亿

□晚报记者 陈静

本报讯 昨日,郑州市社保稽查大队公布消息,去年全市少缴社保费10157万元,稽查补缴及清理各险种往年欠费13606万元;查出有违规行为的定点零售药店33家、定点医疗机构42家,查出违规套取医保基金58913.81元,查出假冒定点零售药店11家。

千余个退管所(站)建成

□晚报记者 陈静 实习生 马庆龙

本报讯 工作了一辈子,退休了去哪里过“集体生活”?令不少退休人员困惑的问题解决了,去年本市建成178个退管所、1375个退管站,让本市21万多名企业退休人员老有所乐、老有所依。

免费培训 900名残疾人

□晚报记者 陈静

本报讯 昨日记者从省残联获悉,自去年10月份千名残疾人就业培训工程启动后,我省首批接受培训的100名残疾人将于1月15日毕业。据悉,培训名额还有900个,想免费学技术的残疾人请拨打0371-65909712报名。

一名司机投诉曝光一个灰色地带

向暂扣车辆收停车费 违法

市交通局:暂扣车辆在停车场停放期间产生的费用,均由交通规费征稽处负担



郭先生因未缴养路费,爱车被交通部门暂扣在停车场内。郭先生向停车场缴了60元停车费后才将车取出。郭先生认为,这钱缴得实在冤枉,于是投诉到市长电话室。昨日,市长电话室通报了这一事件。市交通局回复,私自收取停车费的停车场被停业整顿,收取郭先生的费用退还。

晚报记者 孙娟

【市民投诉】

停车场收钱名目繁多

郭先生:由于欠缴养路费,我的车被扣在八里庙停车场。停车场收60元停车费,我取车时打不着火,停车场为电瓶充电,又收了30元充电费。

市长电话室转市交通局落实情况。后回复:这个停车场是经过停管中心批准、持有营业执照的停车场。经查,郭先生反映的情况属实。郭先生取车时打不着火,请停车场6名工人帮其推车、搭接电瓶,他给工人买了价值30元的香烟。

其实,不仅仅是郭先生,许多车辆被暂扣过的司机都缴过所谓的“停车费”,司机对此已“见怪不怪”。

【处理结果】

违法收费的停车场停业整顿

对此,市交通局决定:一、暂停使用这个停车场,责令其整改,并对相关责任人进行处理;二、责令停车场向郭先生退还收取的60元停车

费和30元烟钱。

市交通局表示,暂扣车辆在停车场停放期间产生的费用,均由交通规费征稽处负担,市民不需要再交付。

【法律】

运管部门暂扣车辆不得收保管费

近期通过的《河南省道路运输条例(修订草案)》将于今年5月1日起实施。《条例》规定,运管部门暂扣车辆不得收取保管费,造成暂扣车辆损坏的要赔偿。

《条例》第37条和38条规定,道路运输管理机构的工作人员应当严格按照职责权限和程序进行监督检查,不得乱设卡、乱收费、乱罚款。省交通厅有关负责人说,《条例》专门设置“执法监督”一章,对执法机构和执法人员规定了严格的监督制度和较高的执法要求,道路运输管理机构对暂扣的车辆、设施或设备,应当妥善保管,不得使用,不得收取或者变相收取保管费用,车辆在暂扣期间因保管不善造成损坏或灭失的,道路运输管理机构应当依法承担赔偿责任。

【其他案例】

违规使用地下水资源

一名市民:南阳路307号中亨花园2号院6号楼前,有人非法使用地下水。

市长电话室转市水利局落实情况。后回复:市节水办当日派人到现场调查。经查,该井是原郑州商业储运公司遗留下来的,多年前已封存,中亨花园私自使用。执法人员遂下达了水事违法通知书,责令其立即停止取水,并自行拆除取水设施。经复查,该井的取水设施已被拆除,市节水办将取水口打上了铅封封存,以备作为郑州市的应急水源使用。

取缔路边棋牌摊点

一名市民:惠济区长兴路办事处辖区内,银河路与常青路交叉口存在群众赌博现象。

市长电话室转至惠济区政府落实处理。后回复:区执法局迅速采取行动,与长兴路办事处协调配合,将打麻将的人群驱散,对麻将摊主进行严厉的批评教育,督促他们拆除乱搭建的简易棚。

电话交友 9601159
爆满扩容啦!
网通固话、小灵通 免费接打体验
大学女生畅聊吧
9600111
聊有品位
全省网通固话小灵通均可拨打

苏宁元旦“赢新”攻略取得开门红 河南苏宁元旦首战大捷·黄金“价”日再延2天

对于商家而言,元旦假期提前后2007年岁末的促销节奏陡然加快,以苏宁为例,12月24日圣诞、12月26日公司十七周年庆典、前置的12月30日元旦大卖启动,短短一周之内密集了三次大型促销机会,这对苏宁而言既是商机,也意味着极大地备战压力。但昨日记者从刚刚结束的元旦前三天的盘点结果来看,苏宁顺利地抓住了这一机遇,实现了销售翻番的优良业绩,为08年的销售取得了开门红。随着节假日的调整,今年元旦消费也首次呈现“哑铃”结构,苏宁也将顺势开展第二波促销活动。

苏宁一天新开20店 旗舰店战略大行其道

在北京家电市场岁末再次发生行业整合之后,苏宁电器就表示将加快全国的连锁步伐,这一战略也迅速得到了实施。12月30日,苏宁又在全国同时开出20家连锁店,而之前的12月29日,苏宁电器也发布公告称,已与全部19家特许加盟企业终止合作,并开始着手将现有120家加盟连锁店逐步改成直营店。这一系列举措这也为苏宁的元旦全国促销攻势打造了动力强劲的“发动机”。

从苏宁全国各地传来的销售数据来看,苏宁一直坚持的旗舰店战略再次大行其道。

以苏宁已经组建的全国五大旗舰群来看,南京总部借助商贸广场旗舰店开业的势头,与原本就独占商圈60%以上份额的新街口旗舰店共同组成了商圈内的双子星座,满足了各种差异化的消费需求,几乎消化了整个新街口商圈元旦家电消费90%以上的份额,再次实现了对南京家电市场的大洗牌。

而在北京,刚刚出现的行业整合使原本的市场格局发生了松动,苏宁旗舰群的消费者群陡增,带动北京整体销售比去年翻了一倍以上。上海和广州的旗舰群扮演了同样的角色,据笔者观察,在各主要商圈密集的每家苏宁旗舰店,人流量几乎超过了10家普通店面的总和。

07年10月初步成型的武汉华中旗舰群,雄距在武汉最繁华的航空路商圈和中南商圈,经过2个月的培育已经全面成熟,销售火爆。据一名供应商介绍,从他的产品销售数据来看,武汉苏宁经元旦一役,在进入武汉2年多之后首次跃居武汉家电市场老大的位置。

苏宁电器营销总部执行总裁金明表示,地理位置优越、产品线更全、环境更好、厂商资源投入力度大的旗舰店在节假日期间毫无例外地承担起了区域“吸聚器”的角色,是消费者进行大宗采购的首选,销售出现井喷毫不意外,这也更加坚定了苏宁在2008年坚持既定的连锁发展策略。

苏宁产品全线取得开门红 3C产品热卖

几乎所有的经济学家都预言,2008年中国经济将迎来新的起点,尤其是中国蓬勃的内需市场将出现大爆发。进入08年第一天,来自苏宁的销售数据几乎都在印证这一判断。

笔者昨天在苏宁电器棉纺路店看到,从一楼到二楼,总共3000平米的空间内充斥着热闹的人群,几乎每个柜台前面都有顾客在选购自己的商品,而每个收银台即使依托先进的POS录入系统,保持着平均30秒完成一次交易的速度,依然排起了十几人的长队,销售热度着实惊人。

从笔者了解到的销售数据来看,销量增长排在前几名的是彩电、手机、数码、电脑等3C消费类电子产品,几乎都是呈翻倍的增长。“买一台好彩电

看奥运!”、“买个笔记本写奥运!”、“买个相机记录自己的2008年!”代表了很多人的心声。

在具体的产品方面,苏宁联合彩电厂商一起将中高端彩电价格下拉,销售占比接近40%,大尺寸彩电46寸以上的彩电销售占比达30%,其中52寸销售翻两番,同比增长率达300%。工厂推出适合看奥运会的高清彩电如康佳36系列、创维18M、sonyV-380、三星M系列等产品都受到了消费者的欢迎。600万像素以上的数码相机已经占据了数码相机整体销售数量的75%以上,操作更加便利后期制作更简单的硬盘式、光盘刻录式的数码摄像机也成为了消费者普遍关注的产品,仅此一项,节假日三天销售的数量就近300台。

除了3C类产品的热销,随着近日气温的下降,此次元旦活动期间冷暖空调、洗衣机、微波炉、小电器、取暖器、油汀等冬令产品的销售增长同样比较突出,销售同比增长也都在70%以上。可以说苏宁的产品全线取得了开门红。

首现“哑铃”型消费曲线 后市空间巨大

2008年,面临奥运会

事和国家对节假日的调整,外界普遍认为这将对商家传统的销售习惯产生影响,作为第一次的尝试,此次元旦假日前置,商家的销售情况到底如何呢?

“整体销售是在增长的,只是在消费结构上确实出现了一些调整。”苏宁电器河南大区总经理李志刚表示。据了解,往年节假日消费特征几乎都是呈下滑曲线的,基本上都是高开低走的情况,五一十一黄金周的销售集中在前三天,而元旦销售一般是以1月1日为主。

“今年元旦假期调整后这一传统发生改变!”李志刚表示。从他出具的南京地区的销售报表来看,元旦假期30日第一天的销售情况没有疑问地出现了大幅度增长,而31日的销售相对平淡,但在昨天1月1日,销售曲线再次高位上扬,仅截止到晚上18:00的销售数据,已经基本上和12月30日持平了。这使元旦消费首次呈现出一条典型的“哑铃”状结构。

李志刚分析,节假日调整商家需要适应,消费者同样需要适应的过程,元旦购物一般消费者都有迎接新年的一份心结,将新年第一天购物作为实现

全年希望的一种良好开端,加上天气因素,因此很多消费者会直到1月1日才会真正感受到传统的节日气息,“意识”到自己潜在的购物欲望。

此外,他还认为,以往消费者喜欢选在节假日第一天购物的习惯更多来自于商家的培养,“第一天价格低、礼品多、力度大”成为很多消费者的共识。而近年来苏宁大型节假日的促销活动已经有意识地将资源平均化,基本保持一致,而消费者也越来越理性,更愿意在相对宽敞的空间和充裕的时间去购物,因此消费曲线出现波动也在情理之中。

据此他也判断1月2日、3日的市场空间依然会很大。因此他已经未雨绸缪将所有促销活动延伸至1月3日,并积极动员本已松懈的厂商共同组织更多的货源和礼品投入市场,整个南京仅为最后2天追加的礼品就整整拉了10卡车,追加的货源总额也超过了2亿元。

“08开门红,苏宁开门红,中国开门红!”李志刚笑言,他最后表示,新年苏宁带给消费者的惊喜会毫不间断,始终如一,也会用更好的产品和服务回馈给消费者。