

光棍节,烟台商场不感冒

倒是网上商城全场5折大打“光棍经济”牌

本报11月11日讯(见习记者李娜) 4个“1”凑到一块,成了“光棍节”,这是一个单身贵族们狂欢的日子。然而,记者在走访市区时发现,除酒吧、KTV生意火爆外,本地的大商城对光棍节反映冷淡。反倒是网上商城打出全场5折包邮的招牌,大做光棍节生意。

以往只要是节日,各商家都以节日为由头,大搞节日经济。但是

11日,记者走访了市区大润发、振华量贩、沃尔玛等大型超市和百盛、振华广场后发现,这些商超均没有针对“光棍节”的促销活动。

“光棍节是部分年轻人的娱乐节日,既不是法定节日也不是传统节日,很小众,对我们的销售并没有太大的影响。”一位商场工作人员说,“花大力气搞活动,收益不大的话,还不如不做。”

与本地商家冷对光棍节形成鲜明对比的是,网络上的淘宝商城却在11日这天大搞促销。登陆淘宝网,首先跳入视野的就是“光棍节”的优惠促销公告:“全场5折!全国包邮!仅此一天……”

“我刚刚在网上买了施华洛世奇的吊坠,原价109一件,现在5折还包邮。”烟大英语学院的徐丽洁告诉记者,她不是“光棍”,也很少

在网上买东西,但是这次看到自己喜欢的吊坠一下子打了5折,就毫不犹豫的买了下来。“我周围同学,今天在网站上买东西的特别多。”

记者打开淘宝网秀轩旗舰店,一款四叶草当日已经成交156次。淘宝网专卖饰品的“猪妖公主”解释,“光棍节本身就是年轻人自创的节日,而年轻人又是网购的主力军,网上商城借此搞活动不火才怪。”

扇贝已丰收 割丁工难求

本报11月11日讯(见习记者李娜 通讯员张宇)

“今年扇贝长势不错,价格也好,冷藏厂的订单早就下了,可就是雇工比较难,扇贝在海里收不上来。”眼下正是扇贝的丰收季节,芝罘岛西口村的夏平永却在为雇工犯愁,“望扇兴叹”。

扇贝从海上收获后,割丁工打开扇贝打开,把扇贝丁拨出来,需要大量的劳动力。“今年扇贝长势非常好,价格也不错。”夏平永指着远处的浮漂说,“我养了四十亩扇贝,一亩有400笼,一笼能卖近40元,可就是没人手收。”

据了解,莱州市的扇贝收获也同时遭遇了用工荒。莱州湾扇贝收获时,正好与生姜同收获期,存在互争劳动力的现象。

“我养了100亩扇贝,一亩有400笼,这4万笼扇贝需要80人,现在只招了30几个人。”莱州市一家养殖户说,“现在不愁订单,愁的是雇不到收、割扇贝的工人。”他们这里有1200多家扇贝养殖场,普遍存在招工难的问题。

“前些年,都是别人开着车带人到我们村干割扇贝的活儿,这两年我们开着车去找,也找不到足够的人手。”扇贝养殖户反映,往年来莱州割丁的多为临沂苍山人,近几年因为苍山大蒜价格很好,蒜干加工厂增多,来莱州打工人员明显减少。“现在人们的生活变好了,虽然开的工资比以前高,但很多人不愿意遭这个罪了。”

特检龙口站 引导企业转型

烟台昌恒锅炉容器有限公司是龙口市境内唯一一家正规的锅炉制造企业。近几年,随着国家节能减排政策的出台,旧式锅炉已经逐渐地被淘汰,龙口检验工作站积极引导企业进行转型生产。截止目前,龙口检验工作站除为该企业促成合作外,还积极为5家锅炉使用单位更新换代,节约资金约200多万元,取得了较好社会效益。(王坤)

单身派对

11月11日被年轻人称为光棍节,这一天成为许多单身男女的节日。11日晚,在烟台大学第七餐厅,烟台大学一名大二学生在这天举办了一场大型的单身派对。约有200多名单身大学生参加,他们通过自我介绍、做小游戏、参加机智问答、一起点燃蜡烛等环节,希望能告别单身生活。

图为一名男生向女生献花后害羞的表情。

本报记者 赵金阳 侯文强 摄



从衬衣到房子全部都是换来的

国内最大“换客”悄声入驻烟台

本报记者 吴永功 赵鑫

“换客”是网络时代的产物。“换客”们以物换物,打破了当今社会现金交易的传统模式。近日记者在走访时发现,全国最大易货网站的实体店已悄声入住烟台。

大“换客”藏身小区

在幸福南路万光幸福花园南边一排商业网点房中,有一家名为“换客隆”的商铺。它门面不大,不易发现。黄色的招牌上写着店名,店名下边有一行小字:易货,取舍之道。

走进店里,货架上的商品琳琅满目,种类繁多。便宜点儿的三五十元,如玉米饮料、洗发水、红酒、衬衣、蚕丝被;贵一些的从数千元至上万元不等,如出口鱼竿、野生木耳、肉苁蓉,甚至是停在院里的轿车。

“换客隆”的店员告诉记者,这些等待销售的商品,几乎全部是换回来的,没花一分钱。

这么多商品竟然全部是“换”回来的?乍一听,让人觉得不可思议。华民酒业的董事长,也是“换客隆”的创办人高玉敏告诉记者,不

仅仅是这些摆在货架上的商品,还有存放在仓库的选矿机、餐巾纸印花机,还有他的座驾和房子,统统都是换回来的。

“我做的是易货生意。只要客户讲诚信,无论是大宗买卖,还是小件商品,都可以跟我交换。”

易货念头始于创业危机

中国易货贸易网创立于2006年,是中国最大的易货贸易电子商务平台。换客隆是该网站的实体店。目前该企业已与国内100多个厂家、80多个联盟体建立联系,每年“换”货的价值是现金交易的10倍。

“2003年我创办了自己的酒业公司,代理国内知名品牌的白酒。”在推销白酒的创业路上,高玉敏吃尽了苦头。起早贪黑,辗转各地,也没挣几个钱。

“2005年底,朋友过年送礼需要大量高档白酒,而我因业务需要,想配备一辆轿车。”于是高玉敏就用3万元的白酒换来一辆二手桑普。

看着朋友拉着一整车的酒绝尘而去,高玉敏站在原地感叹:这么多酒,我得卖几个月啊?要是每天都有人买这么多酒该多好,就算是“换”也行啊!

就是这样一个机遇,让高玉敏萌生了“易货”念头。翻阅书籍,查找资料,高玉敏发现在全球500强企业,有60%的企业都设立有自己的易货部门。

在互换交易中,厂家省去了人工费、广告费、促销等费用,缺乏资金周转的企业何乐而不为?如此一来,高玉敏的生意便日益红火。

想把“换客”开遍全国

高玉敏告诉记者,“换客隆”在今年9月份正式进驻烟台,“两个月来,我们还没有正式开始易货交易。这段时间主要是在考察市场,我感觉烟台还是很有易货潜力的。”

高玉敏告诉记者,他将利用“打造山东半岛蓝色经济区”的契机,在烟台再创奇迹。“我想把烟台海鲜作为地方特产推广出去,用沿海的特产换内地的特产。”内蒙古的肉苁蓉、东北的大米、新疆的哈密瓜都能拿到“换客隆”换东西。

高玉敏说,“换客隆”将在全国建立连锁店,在胶东半岛建立配送和研发中心。“我这儿不设门槛,交换的物品不分贵贱。只要客户诚实守信,都能通过中国易货贸易网交换到自己所需的东。”高董事长指着墙上广西大学一位教授所赠的墨宝说,他要让企业“诚驰天下”。

政策对了头,无儿也不愁

“少生孩子负担轻,政府还给我们物质奖励……”招远市泉山街道办事处汤前村32岁的妇女张莉莉说起放弃二胎生育指标的事喜上眉梢。该夫妇现有一个十岁的女儿,但他们一直就没打算生育二胎。“少生优生,幸福一生,把一个女儿培养好,将来同样幸福”,他们经过商量之后,近日主动放弃了二胎生育指标。截止现在,泉山办事处已有99户符合生育二胎条件的夫妇主动退掉了二胎生育指标,比去年同期增加了12户。

为进一步优化出生人口结构,提高人口素质,解除独生子女户的后顾之忧,泉山办事处结合当地实际和上级政策,出台了融奖励、优先、优惠、扶助、保障于一体的计划

生育利益导向政策,并严格政策落实,规定凡退掉二胎指标的夫妇,除去招远市政府奖励外,办事处再奖励每对夫妇30元;退二胎的夫妇,每人每年还有60元的独生子女父母奖励费;农村部分计划生育家庭奖励扶助金;实行计划生育家庭年满六十岁的每年每人给予720元的现金奖励;以银行存折形式直接发放到户,落实率达100%。独生子女户自愿参与农村社会养老保险的,政府给与高出当地补贴标准20%的补助。

现在,在招远市泉山办事处,养儿防老已成旧黄历,越来越多的人认识到女儿也是传后人,婚育新观念已在泉山办事处蔚然成风。(孙永秀 侯晓冬)

做好计生工作 念好“五字经”

加强计划生育基层基础管理,必须念好“五字经”。

一“细”,工作态度要细致,耐心,工作方法要细致,严谨,尽力做到一丝不苟,谨小慎微。基层计划生育业务体系相当庞杂,要求严格,且逻辑严谨,结构缜密,互有衔接,可谓“牵一发而动全身”。

二“勤”,工作作风要扎实;态度要端正,真正做到腿勤、手勤、嘴勤。腿勤就是要多深入实际搞调研;多进村入户调查核对;多写多记,计划生育工作面对的是千家万户,搞起来千头万绪,必须用笔记录下来;嘴勤,就是要多说,会说,巧说,多以群众乐于接受的方式和群众交流,做互相

理解、互相支持的知心朋友。三“实”,要求真务实,上报数据要真实可靠,开展统计要反复核实,各项任务,计划要扑下身,狠抓落实,要消除“虚”,形成“实”,最根本的还是要从入户访视这个基础抓起。

四“酒”,要求业务精,政策熟,素质高,知识全面,这是对计划生育工作人员的素质要求。

五“和”,团结协作,集众家长之所长,形成工作合力。计划生育部门领导在管理干部过程中,除了重视各类制度的健全和落实外,一要知人善任;二要灵活运用;三要发挥协调作用;尽力创造团结向上,竞争有序,可以让每一个工作人员尽情施展自己才华的工作环境。

(倪胜 吕云峰)

开展纪念《公开信》发表30周年活动

今年以来,招远市泉山街道办事处以基层人口学校为主阵地,广泛组织育龄妇女认真学习、宣传《公开信》(答记者问),在全街道树立了浓厚的计划生育光荣的舆论氛围,引导人们自觉实行计划生育。

街道计生办采取集中与分散学习相结合方式在街道人口学校组织全体计生工作人员、各村、各单位计生专任主任集中学习了《公开信》(答记者问),并回顾总结《公开信》发表30周年以来人口计生工作取得的成就与经验,分析当前面临的形势任务,进一步提高对计划生育基本国策地位再认识,深刻领会《答记者问》

的有关知识和含义,随后,计生工作人员与各村计生专任主任携带有关宣传资料利用村人口学校、文化大院全面展开宣教活动,宣传《公开信》发表30年来取得的辉煌成就,引导广大群众转变婚育观念;宣传各村计划生育村规民约;宣传各项利益导向政策;围绕当前人口计生工作中存在的难点、重点和群众关心、关注的问题向育龄群众进行了一次深入的国策再教育,通过这一系列的宣教活动,使得“稳定低生育水平”的观念深入人心,在全街道营造了良好的计划生育氛围和有利的工作环境。(侯晓冬 姜学良)