

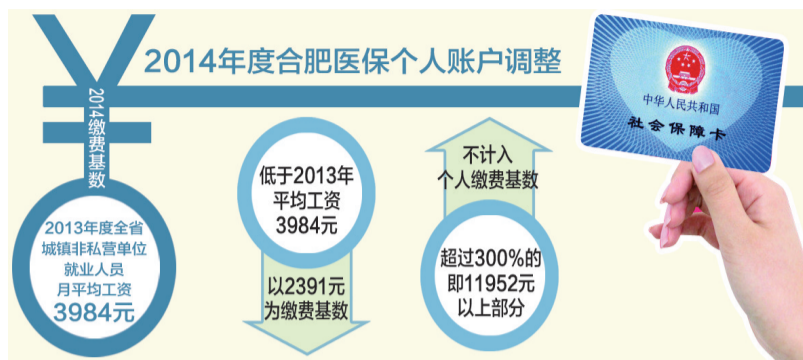
# 2014年度合肥医保个人账户调整

星报讯(记者 祝亮) 记者日前从合肥市社会保险征缴中心获悉,2014年度社会保险缴费基数已调整。同时,随着缴费基数的调整,医保个人账户随之调整。

个人以2013年本人月平均工资收入作为2014年度社会保险缴费基数,月平均工资收入低于2013年度全省城镇非私营单位就业人员月平均工资3984元60%的即2391元,以2391元为缴费基数;超过300%的即11952元以上部分,不计入个人缴费基数。单位社会保险缴费基数以本单位2013年度全部职工工资总额确定。单

位缴费基数原则上不低于全部参保职工当期个人缴费基数之和。

据介绍,由于缴费基数的调整,医保个人账户随之调整。2014年,在职工医保个人账户按调整后的缴费基数计算划入金额;退休人员医保个人账户的金额按2013年合肥市城镇非私营单位就业人员月平均工资4518元的4%划入,由原每月165.72元调整为180.72元,月增加15元;关闭、破产企业为退休职工一次性缴费参加医保的,其退休人员个人账户调整为210.72元(含门诊医疗补助金30元)。



## 我省职业经理人任职资格培训启动

星报讯(程炜华 记者 鲁龙飞) 记者昨日获悉,今年,为加快我省企业健康发展,规范企业所有权和经营权管理,健全企业法人制,安徽省工商联、省经信委、省国资委、省人社厅等四部门,将在全省正式开展企业职业经理人任职资格培训与认证工作,认证结果作为今后任职、晋级和取得相应职称的重要依据。安徽省职业经理人协会组织负责这一工作。

据悉,培训与资格认证对象是各企业、事业单位中从事经营管理工作的人员,以及有愿望从事职业经理人事业的大学毕业生等。企业职业经理人任职资格分初级、中级、高级和特级四个等级。申报人员必须遵守法

律法规,具备良好的职业道德和敬业精神。

“企业职业经理人任职资格培训与认证是一项全新的工作,对接市场,开创性做好这一项工作。”省企业职业经理人任职资格培训与认证委员会负责人表示,为保障资格培训与认证工作顺利开展,计划邀请省内权威专家学者、行业协会专业人员、知名企业人力资源管理专家和省有关部门职能处室负责人担任委员。同时,挑选几家有资质的培训机构,编制初、中、高级培训大纲和相关辅导教材,建立了培训师力量和考试题库等;并利用政府和市场资源以及网络平台打造全省职业经理人人才交流平台市场。

## 土公鸡、巢湖鱼欲给合肥旅游“代言”

星报讯(记者 董艳芬) 土公鸡贴饼、巢湖白丝鱼、红烧金汤湖大鱼、荷叶蒸排骨、蘸酱一口酥……7月18日,合肥各县区最土最美味的农家乐“招牌菜”统一亮相。当天,作为首届合肥森林生态旅游节重头戏的“国控杯”森林旅游人家美食评选活动如约登场,40道冒着热气香味的美食集中进行了PK。

“沈大鱼,一鱼三吃。20斤的胖头鱼,鱼头红烧、鱼身切成鱼片制成跳水鱼、鱼尾则刺成酱制成鱼丸。”来自长丰青岭农家乐的大厨夏跃天告诉记者,自家店里的“沈大鱼”三道菜堪称一绝,备受青

睐。据其透露,除了吃鱼以外,消费者还能提前预约,将墨直接涂在鱼体上,然后将宣纸铺盖在鱼体上,用“拓印”的方法获得一张拓鱼画。

经过抽签、烹饪、现场评比,此次评选活动的“合肥最具特色农家美食”、“最受市民喜爱的农家菜”和“森林生态美食大赛优秀奖”纷纷出炉。“这些都是合肥最具特色的农家美食,下一步,我们将把这些美食元素纳入合肥《旅游指南》,让更多的游客在合肥玩好也能吃好。”合肥市旅游局副局长俞晓华在接受记者采访时说。

## 我省50家商业零售业巨头超半数遇“逆流”

行业正探索培育自有品牌,延伸生产、配送、供应产业链

当越来越多的人选择足不出户网上购物时,传统零售百货业正经历着前所未有的阵痛期。昨天,安徽省连锁经营协会召开市场形势分析会透露,根据对我省50家重点流通企业监测显示,今年前5个月,有30家企业的主营业务收入出现不同程度下滑,行业发展面临“逆流”侵袭。

■ 见习记者 施超

### 传统零售风光难再 多企业下跌一到两成

昨天,参加市场形势分析会的连锁零售老总个个紧锁眉头,一份沉甸甸的统计数据摆在大家面前。安徽省连锁经营协会负责人何家信告诉记者,今年以来我省流通业整体遭遇“逆流”,超半数企业主营业务出现负增长,多家企

业下跌一到两成。“就传统百货来说,以往产品热销的场面已经很少见了。”安徽一家大型商超相关负责人说,今年以来商品团购、礼品消费市场均出现萎缩趋势,加之零售业流通成本提高、市场恶性竞争

加剧,零售业的日子确实不好过。

面对“点多、面广、线长”的零售业发展格局,很多企业期待政府加强宏观调控,进一步规范市场秩序。“价格竞争带来的压力逐渐显现,造成企业库存和积压日益严重。”阜阳一家零售龙头企业负责人说。

### 经营品种过于单一 农资门店频现“关门潮”

今年以来,我省多地的农资零售门店频现“关门潮”,而剩余的农资门店也感受到强烈的“寒冬”气息。原因何在?多家农资行业人士告诉记者,随着我省农业加速由传统农业向现代农业转变,农村土地流转进程不断加快,涌现出一大批农业大户。土地流转向大户集中的同时,农资连

锁产业的传统营销渠道受到较强的冲击。

“农业大户的种植规模大,农资需求也大,常常自己联系上级经销商或直接找厂家供货。”我省一家知名的农资连锁企业负责人说,上述做法使得传统农资零售网点迅速萎缩。此外,作为重要支撑产品的化肥今年也

出现产能过剩,每吨产品的均价比去年下降100元到200元,这让农资零售业“雪上加霜”。

“当前农资零售业经营品种过于单一,这种局面必须尽快转变,”何家信认为,如果传统农资零售的运营理念和经营方向不调整,“否则,农资连锁的日子会比传统百货更加难过”。

### 行业培育发展自有品牌 多元发展延伸产业链

面对当前连锁零售业的发展困境,我省行业专家和资深人士提出了发展的对策和建议。“培育和发展自有品牌,应当成为我省连锁零售业的一大发展方向。”何家信说,自有品牌是企业的重要利润增长点,“自有品牌搞得越好,有时一个产品就能够盘活一个市场!”

何家信认为,安徽商之都旗下的

“红府超市”是本土零售业自有品牌运营模式的示范典型。统计数据显示,今年前5个月,“红府超市”主营业务收入达66306万元,同比增长21.38%。“自2008年以来,‘红府超市’覆盖的相关产品已经超过500种,市场占有率逐年提高。”安徽商之都相关负责人说。

此外,发展多元化业务,延伸生产、

配送、供应产业链,正成为越来越多本土连锁零售企业的共识。部分农资连锁企业便独辟蹊径,将触角延伸至产业链上游。“公司在肥东、庐江等地建立农业基地,已成为名符其实的农资产品供应商。”安徽喜洋洋农资连锁有限公司负责人说,他们还通过产学研合作,联合中科院科研人员研发新型健康农产品。

## 链接

### 皖企推出“移动百货” 开辟电商“第二战场”

如果你还以为百货商场只是推出购物打折、返现等促销活动,那你就OUT了。我省已经出现首家“移动百货”商场,从此购物不一定要到实体店了。

昨天,安徽商之都负责人向记者介绍,今年5月,商之都携手腾讯微生活推出微信服务号“商之都”。这家“移动百货”上线后,将商之都合肥旗舰店、蚌埠购物中心、六安商厦作为首批试点门店,借助“微营销”网络平台,为消费者推出系列优惠活动。

根据安徽商之都提供的微生活“自定义菜单”,消费者可轻松感受到“私人定制”的全新服务体验。作为三岁孩子的妈妈,Lisa非常关注婴幼儿食品的商品促销活动。“我早就订阅了‘商之都’微信号,根据不同门店的活动促销信息,我会有的放矢地选择实体店购物。”

伴随着首家“移动百货”的出现,我省连锁零售企业还不断推陈出新,开辟电商“第二战场”。今年5月,“中国特产·安徽馆”正式上线,首批上线的安徽土特产品超过400种,首日网购订单便超过3000单。一些儿童用品连锁企业还将电子商务作为重要战略方向,加速电商网点的落地布局,打造“线上线下”共赢的新局面。

省商务厅人士认为,开辟电商“第二战场”,是传统零售业调整与破局的重要举措。下一步,我省将充分结合本土零售业发展实际,大力促进消费市场增长,进一步加速国内贸易流通体制改革。