

2 特别报道 Special Report

民生信用卡发卡十周年： 民生商城积分特惠 样样有惊喜

信用卡网上商城经过互联网市场的多年洗礼,各家的发展态势千差万别,有的销声匿迹彻底关闭,有的也已全面承包给第三方管理运营。然而,民生信用卡本着“情系民生 服务大众”的宗旨,一直把信用卡网上商城建设成互联网综合服务平台作为一项战略任务。经过不断升级改造,民生银行信用卡网上商城在信用卡发卡十周年之际,正式升级为“中国民生银行民生商城”(以下简称民生商城),不仅服务民生银行的信用卡客户,也支持借记卡客户登录商城,同享购物正品保障、零运费、积分兑换等多种服务和实惠。

夯实商城平台 明确商城发展方向

民生商城作为银行系网上商城的一员,首先继承了产品质量正品保障的优良传统。从商户入驻资质鉴定,到产品质量监督把关,有严格的流程管控,使客户放心购物买正品的基本权益首先得到保障。此外,商城购物免息分期的实惠便利以及七天无理由退换货的退货政策,全面满足客户购物需求,保证商城购物无后顾之忧。

1月,民生商城完成了系统平台的新一轮升级,加大开发投入力度,为夯实民生商城基础平台提供了持续可靠的保障。

民生信用卡中心从战略的高度明晰商城发展方向:要把民生商城发展成为一个聚焦时尚荟萃经典的精品商城,一个满足普通消费者日常购物需求的普惠商城,一个品质优良具有高附加值物美价廉的特惠商城。为此,在已经初具精品商城规模的基础上,民生商城大胆创新,与京东为代表的大型互联网电商强强联手。客户不仅能够享受京东品质的全程物流配送服务,还能以民生商城专属的超值低息进行分期付款,坐享民生信用卡和京东商城的双重优势。民生银行积极引入不同类型的互联网电商入驻商城,持续丰富商品品类,最大化满足普通消费者的购物需求,将使民生普惠商城的格局趋于完善。

在打造特惠商城方面,民生信用卡中心不遗余力地为客户探索质优价廉的产品。民生商城于2015年推出“两人同行一人买单”的特惠境外旅游活动,在广大民生客户中获得广泛好评。与资源类电商平台对接,建立长期稳定的战略合作关系,密切合作,发挥各自优势,是民生商城打造特惠商城的重点方向。与此同时,加大产品销售补贴力度,开展各种类型的促销活动,持续提升民生特惠商城的品牌知名度。自今年以来,商城已经连续推出“2015首届任性节”、“发卡十周年感恩回馈”、“4月旅游计”等力度空前的特惠活动,不同形式的特惠活动还将在民生商城持续推出。此外,在商城每周二、周四的“聚实惠”秒杀专区中,更是集结了大牌热品资源,不怕想不到,就怕抢不到!

积分整合 商城好礼兑换无忧

1月12日,民生银行按照1:1的比例整合民生信用卡积分、非凡积分和电子银行个人客户积分为民生通用积分。民生通用积分可在民生商城中兑换和消费。

目前,民生商城的积分专区提供了丰富的兑换礼品,从数码电器到美容护肤,从生活家居到户外母婴,应用尽有。值得一提的是,积分专区中还提供中粮我买网电子代金券、电影票、汽车道路救援服务以及国航、东航、南航、川航航空里程的兑换。

通用积分可通过刷卡消费、个人外汇买卖、国债、保险、储蓄存款、理财产品以及货币市场基金、手机签约、资金归集、活动奖励等方式获得,其中通过民生信用卡刷卡消费所得的积分,永久有效。

未来,积分专区提供的兑换礼品将与商城销售的商品进一步融合,最终实现商城中的所有产品均可使用“积分+现金”的方式进行结算,从而最大限度地提高民生通用积分的实用性,实惠于民。

十年弹指一挥间,转眼间民生信用卡已经走过了十个冬夏。十年砥砺,成就辉煌;十年奋进,再启征程。民生银行信用卡中心将站在新的更高起点上,顺应时代新要求,不断推动民生商城创新发展,为客户提供更优质、更多元、更便捷的服务,再接再厉,笃定前行!

(李翠芬)

各类大小项目投资借款,两百万起贷地域不限,个人、企业均可
金融世家豪车投资
手续简单 利率低 放款快
代打全国各类保证金
咨询电话:028-68807888

科技创新,锻造劲牌前行的“多缸引擎”

■ 本报记者 许强

“如果说企业是一辆汽车,文化力是方向盘,销售力是轮胎,产品力是发动机,那么创新力便是汽车的核引擎,只有引擎强大,才能释放出巨大的驱动力。劲牌公司近年逆袭发展恰恰因为是坚持科技创新,铸造了前行的‘多缸引擎’。”日前,浙江大学教授何贵兵在接受记者采访时如是说。

近两年,中国酒业一直在“L”底部徘徊,低落、慢行发展成为酒业新常态,而中国保健酒业却突破“L”底部,向上而行,其领头雁劲牌公司2013年、2014年实现销售额66.92亿元、75亿元,较上年同比增长都超过两位数,同时,白酒巨头也加大了推进保健酒的力度,五粮液、茅台不断扩划保健酒市场,泸州老窖与内蒙古圣鹿源生物科技股份有限公司推出养生类酒品圣鹿源酒,又与山东福胶集团合作生产保健酒;汾酒集团则斥巨资建设竹叶青酒项目……何贵兵认为,保健酒业向上的驱动力是科技创新,科技创新至少锻造了劲牌“精准控制产品成分含量”、“酿造工艺机械化自动化信息化智能化”、“新个性产品”三大引擎。

科技进步奖 精准控制产品成分含量

近日,劲牌公司主导完成的“中药复方保健酒技术集成创新能力建设”项目获得2014年湖北省科技进步二等奖。“科学技术进步奖”是我国针对科学技术设立的含金量最高、最有公信力的奖励。早先,劲牌的中药指纹图谱技术、中药数字化提取技术、小曲白酒质量评价方法等项目曾获得湖北省科技进步三等奖。何贵兵认为,劲牌公司获得科技进步奖的项目对精准控制劲牌产品的成分含量意义重大。

从上世纪80年代浸泡技术、90年代蒸馏技术,到今天数字提取技术的应用,劲牌30年来不断进行着保健酒的技术创新,推动保健酒的品质发展。

据了解,国际上植物标准化提取技术已经成为中药现代化的标志,通过这种技术从植物中提取的植物标准化提取物,是国际天

取消政府限价,药价会大幅上涨吗

发展改革委5日宣布,我国将于6月1日起取消绝大部分药品政府定价,药品实际交易价格主要由市场竞争形成。

药品价格关系百姓切身利益。取消政府限价后,药价会大幅上涨吗?政府怎么管药价?药价改革能否破除“以药养医”弊端?

药价会大幅上涨吗?

尤卓尔是天津药业集团开发的首仿药,刚上市时每支17元左右。但随着越来越多厂家开始生产,价格不断降低。

“最近一次政府采购把价格压到最高时期的一半。如果不接受这个价格,只能在零售药店卖,但失去了公立医院这一主渠道,药店销售也会受影响;如果接受这一价格,意味着药店零售价格也要下调,没有患者会到药店买比公立医院贵的药。”该集团董事长李静说。

李静认为,制药企业若想充分享受药价改革的红利,只能靠加强研发。“取消政府限价后,对于竞争充分的药品,企业盈利空间会进一步压缩;只有专利药和独家药,企业才可能有更多议价空间。”

中国药科大学医药价格研究所所长常峰说,从现有制度设计看,取消药品政府定价后,竞争充分的药品不具备价格大幅上涨的条件,而对于竞争不充分的药品,将对药品价格谈判机制的约束。即使部分药品由于竞争状况、原材料成本、市场供求等原因发生不合理价格上涨,也会被另一道屏障——价格行为监管机制所控制。

天津市正探索医保付费总额控制。泰达国际心血管医院副院长刘亚平说,在总额预付控制下,药价占医院成本的比例越低,医院越有空间优化医疗服务,主观上也愿意把药价压下来。

“由于有招标采购机制的约束,医院销售的药品价格能保持稳定,但不排除部分药品价格因成本、市场供求变化等因素会有所变动。”发改委有关负责人说,总体看,政府综合



然医药保健品市场上的一种新的产品形态,是现代植物药先进技术的载体,这为保健酒行业带来了统一标准的契机。劲牌产品在药材的选取上,也是以植物性中药材为主,于是,坚持“按做药的标准生产保健酒”的劲牌公司累计投资近10亿元,2000年成立研发中心,2005年,劲牌与北京大学合作开发的“中药指纹图谱”技术通过专家鉴定,2009年,“保健酒中药提取数字化制造技术项目”通过专家组鉴定,建立了“中药数字化制造平台”,将保健酒生产技术一举引入第三代的“数字提取”时代,这不仅提升产品品质,精确控制产品中的中药成分和含量,也实现保健酒生产技术比肩德国植物药和日本汉方药等世界一流的制药水平。

自动控制 实现酿造工艺四个“现代化”

21世纪,中国酿酒机械化自动化研究突飞猛进。葡萄酒、啤酒等液态发酵的酒已经实现自动化生产,唯独固态发酵的白酒酿造,仍停留在原始手工时代。2006年,劲牌公司开始了白酒酿造的机械化、自动化、信息化、智能化创新之旅。

经过6年钻研创新,2011年7月6日,



监管有能力避免绝大部分药品交易价格异常上涨;新的医保药品支付标准可以动态调整,将对市场交易价格发挥较强引导作用。

取消限价后,政府怎么管?

此次药价改革中,除麻醉、第一类精神药品外,其他药品政府定价全部取消。我国自2000年开始由价格主管部门对医保目录内药品和目录外特殊药品实行政府指导价(最高零售限价)管理。随着药品市场的快速发展,市场化竞争越来越充分,让市场在价格形成中发挥决定性作用,成为大势所趋。

数据显示,当前国内市场流通的药品大约8000多种,其中常年流通的2000多种。我国有4000多家药品生产企业,1万多家药品批发企业,一些药品有多达数百家企业生产。

从国际上看,在社会医疗保险体系相对成熟统一的国家和地区,不直接限制市场交易价格,通过强化医保、采购和价格行为等综合监管逐渐成为主流。

劲牌现代化的酿酒车间正式投产,此车间全面采用了新工艺,从蒸煮到糖化、发酵,全工序采用自动控制技术,所有物料全程不沾地。新工艺不仅实现了“把酿酒工人从繁重的劳动中解放出来”的理想,酿酒也不再直接与人接触,杂物、汗水更不会掉在原料中,酒质非常安全、稳定,不会因为人和天气的因素而波动。

2013年11月19日,国家工业和信息化部主持召开了劲牌公司完成的“固态法小曲白酒机械化酿造工艺”科技成果鉴定会,会议肯定了劲牌申报的“固态法小曲白酒机械化酿造工艺”的首创性及先进性,并给予了“整体技术达到国际领先水平”的总体鉴定结论。专家组认为,该项目在国内外首创加压蒸粮、固态培菌、控温糖化、低温槽车发酵、机械上甑蒸馏等新技术,实现了酿造过程的机械化、自动化、信息化、智能化的融合。与传统工艺相比,优质品率从20%提高到80%,粮食出酒率高出4%,人力成本降低75%,吨酒综合能耗降低33.27%,这对于促进我国白酒行业技术进步具有重要的意义。

技术创新 不断研制出劲牌“新个性产品”

何贵兵认为,科技创新锻造的“多缸引擎”将会为劲牌公司前行释放出澎湃的动力,驱动着劲牌向更高的目标奔跑。

何贵兵告诉记者:“如果说产品力是企业前行的发动机,那么,在新常态下,创新个性产品才会为企业增加源源不断的动能。劲牌创新恰恰证明了这种逻辑。”

多年来,劲牌公司始终将“技术创新”摆在企业发展的重要位置,大力发展具有自主知识产权的中药保健酒核心技术,并依托湖北省保健酒工程技术研究中心、中药保健食品质量与安全湖北省重点实验室等创新平台,围绕中药复方保健酒的产品开发、机理研究、技术升级等重大关键技术开展了一系列富有创新性的工作,逐步健全创新管理体系。通过中药复方保健酒系列技术的集成创新应用,使劲牌成为国内乃至国际上保健酒行业最大、生产装备最先进、研发实力最强、产品质量最优的企业。

据了解,近年来,劲牌在创新个性化保健酒产品、保健酒产品质量安全控制、保健酒生产关键技术与装备等关键技术领域开展产学研联合攻关,为保护和发展我国传统产业和中医药文化,促进保健酒产业的升级改造,实现保健酒产业的跨越式发展,提高保健酒产品的国际竞争力提供技术保障与支撑的同时,提升产品的健康内涵,研发出系列个性产品。仅2014年,劲牌新产品开发超过20项。

目前,除中国劲酒外,劲牌正在开发和创新的还有韵酒、欢度、追风、金眼、长寿、枫林、毛铺、大团圆、半壶等品牌产品,每个品牌产品都个性十足。其中毛铺苦荞酒最具特色。

苦荞,是近几年流行的药食两用作物,有着降气宽肠、祛积化滞等多种功效,被誉为“三降之王”。劲牌研发中心联合北京大学、中国药科大学、香港浸会大学等科研院所,在中药技术和质量分析、中药药理分析、工业微生物检测等领域开展了多项富有建设性的科研攻关,研制出了毛铺苦荞酒,同时劲牌公司“一种具有降血脂功能的毛铺苦荞酒制备方法”获得了国家发明专利。毛铺苦荞酒2013年8月推出,仅用了短短一年多的时间就实现了3亿多的销售佳绩,已成为健康白酒领军品牌。

何贵兵认为,科技创新锻造的“多缸引擎”将会为劲牌公司前行释放出澎湃的动力,驱动着劲牌向更高的目标奔跑。

完善公立医院药品集中采购工作的指导意见》。

能否破除“以药养医”弊端?

作为深化医药卫生体制改革的一部分,药价改革能否推动破除“以药养医”弊端,减轻患者不合理的医药费用负担?

北大医学部药学院教授史录文认为,一方面,药价放开能一定程度上减少恶性招标“唯低价是取”的弊端,缓解一些低价药的市场供应短缺状况;另一方面,通过药品采购机制的完善和医保支付方式改革,发挥医疗机构合理用药、合理诊疗的内在激励作用,有可能促使药品市场“良币驱逐劣币”,将质量差、价格虚高的药品剔除出市场。

事实上,为了不让低价药“一药难求”,去年发改委已放开700多种低价药政府限价。济南市历下区和平路社区居民李伟民说,他现在在药厂比以前便宜了40多块钱,“以前每瓶9.2元的罗比昔平常买不到,只能用50多块钱一瓶的氨酚羟考酮。”

“药品价格天秤的两端,一端是患者的利益,一端是产业的利益。”常峰说,在保证患者对于药品可及性的同时鼓励药品企业的生产、创新研发积极性,是药价改革的重要议题,也是医药体制改革迈出的重要一步。

中欧国际工商学院教授蔡江南说,此项改革一个重要意义是逐渐让医保发挥更大作用。“由于医疗服务价格过低,促使医院以过度检查、‘以药养医’等方式补偿。长远看,药品价格放开后,医疗服务价格也会有所调整,这有利于理顺医药价格机制,对于破除‘以药养医’有积极作用。”

史录文说,药品从生产上市,进入医保报销体系、到医院处方使用,各个环节都要进行制度设计,“真正破除‘以药养医’怪圈,推动医药行业健康发展,还需要公立医院改革、医保体系完善等各项措施协同推进。”

(新华网记者 安薇 胡浩)

电商征税只等“靴子”落地 C类店家最受影响

广州日报消息,4月起,北京、广西、江苏、上海、山东、深圳等主要沿海省市税务部门,相继约谈辖区内的电商企业。其中,广西桂林市国税局开展的是税收专项检查,电子商务作为以往检查从来没有包含过的行业首次出现。

同时,上海市闵行区地税局也对注册于此的电商企业下发了纳税自查的通知。“各地税务局约谈的名义是税务风险管理和纳税评

估。”相关税务人士称。不过,知名经济评论员叶檀指出,对电商征税是大势所趋。现在的问题只有一个,靴子什么时候落地。

今年1月中旬,国务院法制办公开发布《中华人民共和国税收征收管理法修订草案(征求意见稿)》,在多个章节增加了关于网上交易纳税的内容。根据《意见稿》,需要“纳税人签订合同、协议,缴纳社会

保险费,不动产登记以及办理其他涉税事项时,应当使用纳税人识别号。”即纳税不止是大商家,还可以覆盖到自然人,意味着网店店主也将按照自然人纳税人管理。

据悉,我国首部《电子商务法》有望下半年问世,电商企业逐步在华北、华东等区域推行电子发票,纳税人识别号制度将出台。

电商一般有B2B、B2C和C2C三种模式。前两者以企业为结算单

位,在企业注册成立时,已完备税务流程,都在税务部门监管之下,可向企业或个人出具发票。目前存在争议的主要是C2C模式。早在4月27日,针对“天猫店主被约谈补税”的消息,天猫方面就澄清,入驻天猫的商家都会签署相关协议,协议明确商家必须诚信纳税,主动给用户开具发票等。

广东流通业商会执行会长黄文杰认为,对电商征税,只能说将

营造公平市场环境,有利于国内零售业更健康发展。“但不会对线上线下零售格局有重大改变。”黄文杰认为:“线上的优势除了低价,还有便捷,而线下的优势则是购物体验。因此,即便是对电商纳税,线下实体店商依然要在服务和体验方面以及O2O方面继续努力,才能立于不败之地。”

(林晓雨)