

石狮按下“快进键” 服务重点项目提速

工程财务决算办理时限由规定的30个工作日压缩至18个工作日

在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下——新时代新作为新篇章

本报讯 为进一步优化流程,简化审批事项,提升服务“项目攻坚2018”活动效率,确保重点项目快速推进,石狮再度出台新举措,分别从减少审批事项、提高审核效率、加快资金拨付等方面发力,为项目服务提速。其中,工程财务决算办理时限由规定的30个工作日压缩至18个工作日。

一是减少审批事项。取消达到规定公开招标数额标准且采用公开招标项目的招标审批环节;取消招标文件的事前审查,采购人依法依规编写招标文件后按要求在“政府采购网上公开信息系统”发布,无需再送市财政局审批;取消采购文件纸质备案,所有采购文件实行网上备案;取消政府采购项目

目资金支付的采购办审批环节。

二是提高审核效率。对工程进度款审核的初审、复审、复核、审批等环节进行合并提速,并将办理时限压缩至4个工作日。将工程财务决算办理时限由规定的30个工作日再压缩至18个工作日。

三是加快资金拨付。项目攻坚阶段,对纳入攻坚计划的建设项目用款计划实行“即请即批”制度;政府采购项目的资金用款计划由政府自行申请;资金支付不再经过采购办审批,由采购人根据采购合同的约定直接到国库支付中心进行办理。国库支付中心对单位的报账业务进行审核无误后,于第二个工作日办理支付。

(记者 周进文)



正在加速建设的祥菱渔港扩建工程(赖华杰 图)

市贸促会前5月 办理原产地证970份

本报讯 今年1-5月,石狮市贸促会共为辖区相关企业办理970份一般原产地证,商品目的国主要为德国、印度、阿根廷、俄罗斯联邦、孟加拉国、西班牙等77个国家及地区,出口商品主要为鞋服、布料、鞋材、电子配件、机械等。

原产地证书是出口商应进口商要求而提供的一种证明文件,除了作为结算货款、索赔理赔的有效凭证外,还是出口国享受配额待遇、进口国对不同出口国实行不同贸易政策的凭证,是产品在国际贸易中的“经济护照”,被称为“有价证券”。

为减轻外贸企业负担,稳定我市出口规模,市贸促会作为中国出口货物原产地证书签发机构之一,率先免收企业签发原产地证书费用(包括一般原产地证书和优惠原产地证书);通过走访企业、举办培训班等方式,向全市外贸企业宣传优惠原产地证在国际贸易中的作用;推行“随到随办”和“预约办理”,即正常工作日,企业需要办理认证时,随到随办,只要相关材料齐全无误,当日即可办结;下班时间可电话预约办证服务,为申领员缩短办证时间。

(记者 兰良增 通讯员 王晓珠)

市商务局召开“安全生产月”动员会

本报讯 日前,石狮市商务局召开“安全生产月”活动动员部署会议,该局机关全体工作人员、下属事业单位负责人、安全管理人员等参加会议。

会议传达了国务院、福建省、泉州市关于开展2018年“安全生产月”活动通知精神以及习近平总书记关于安全生产的重要思想。据悉,该局6月份将精心组织安全生产应急演练、“6·16”安全生产月咨询日、安全风险分级管控和隐患排查治理培训会等一系列活动,从而全面营造“人人讲安全、人人会安全”氛围,切实减少我市商务领域各类事故的发生。

(记者 王文豪 通讯员 卢章群)

市统计局举办投入产出调查业务培训

本报讯 为提高企业统计人员业务水平,保障源头数据质量,6月8日上午,石狮市统计局召开2017年投入产出调查培训工作会议。该局各科室业务人员、各镇(街道)统计站业务人员、投入产出调查抽中企业会计(统计)人员参加此次培训。

培训会上,部署了2017年投入产出调查工作,开展投入产出调查方案和录入程序培训;统计局业务人员简要介绍了投入产出调查的意义和原理,并重点介绍录入程序的操作方法。据了解,下一阶段,市统计局将继续通过走访企业、微信群讨论等方式,加强与企业会计(统计)人员的沟通交流,为企业提供优质、便捷的统计咨询服务。

(记者 杨朝楼 通讯员 孙秋声)

本期海丝品读汇 关注科技企业税收优惠

本报讯 6月8日,由石狮市委人才办、市科技局、市人社局、团市委、市工商联(总商会)、兴业银行石狮支行联合主办的海丝品读汇第30期海丝品读汇,就“科技型企业如何享受税收优惠政策”进行探讨,石狮市党政机关和工商业界对科技型企业税收优惠政策感兴趣的30多位人士参加沙龙活动。

学习分享活动由华中师范大学经济与工商管理学院李闻一教授主讲。讲述了中小型企业为什么需要纳税,科技型企业和高新技术企业的概念和认定标准,增值税、企业所得税、个人所得税税收优惠、研发费用加计扣除优惠政策及实现路径;深入浅出地讲解了一些实践中的常见问题,并向学员们提供了妥善解决的方案,帮助全面掌握税收优惠享受的实操技巧。

在互动交流环节,学员们踊跃分享了个人的学习体会,也纷纷提出了心中存疑已久的问题,对“如何申报科技型企业”“税务机构改革后对税收优惠会有什么影响”“是否能引进税收优惠代理机构”等诸多问题,李教授一一给予认真解答。

(记者 杨朝楼 通讯员 杨文棉)

民生信用卡品牌 主张全新升级

6月16日,在民生信用卡迎来发卡13周年之际,其全新品牌口号——“信任长在”,正式对外发布。

民生信用卡于2005年6月16日,在人民大会堂正式发行。在信用卡品牌林立的竞争环境下,只经过三年发展便实现盈利,打破了国际上信用卡五年盈利的经营规律。时至今日,历经十三年持续发展,经营机构已辐射全国百余城市,发卡量超4000万张,收入利润等业绩指标逐年稳步攀升,实现了服务质量、业务效益和消费者满意度的同步提高。

本次发布的全新品牌口号——“信任长在”,是对民生信用卡企业核心价值观的高度凝练,也是民生信用卡对自身企业责任的动人宣示。

民生银行信用卡中心相关负责人表示,“新常态下,民生信用卡对过去十三年的经营发展进行了梳理,提炼出新的品牌口号,目的就是要体现品牌差异化竞争力,提升品牌溢价能力,以全新的品牌主张为以后发展注入持久的活力和动力。”

(记者 杨江)

信用良好企业将享受“无事不扰”待遇

本报讯 昨日,记者从石狮市市场监督管理局获悉,即将出台的《福建省工商(市场监管)系统企业信用分类监管暂行办法》将围绕打造法制化、国际化、便利化营商环境,按照“无事不扰”原则,实施企业信用分类监管。这意味着,信用良好的企业与信用一般甚至失信的企业,在工商(市场监管)部门监管中将不再“一视同仁”。

《办法》将企业信用类型划分为信用良好、守信、信用一

般、失信、严重失信五种类型,明确将对不同信用类型的企业实行不同的监管措施以及信用指导服务。其中,失信行为包括五年内受到市场监管(工商)或其他部门行政处罚,被列入经营异常名录、逾期未缴罚罚款、存在严重失信行为、具有被公示的不良信用信息等,企业只要具有其中任何一项,福建省工商部门便会依据其失信程度,将其列为失信或严重失信企业。

《办法》还提出,对不同信

用类企业,福建省在监管原则、大数据监测、是否纳入“双随机”抽查和抽查比例、专项整治、联动监管等方面采取区别对待的不同监管措施。如信用良好企业一年内不列入“双随机一公开”监管抽取对象;被列入“双随机一公开”监管的,适当降低抽查比例。据介绍,《办法》规定对信用良好和守信类企业实行“不举不查制度”,是一项重大创新,体现了“无事不扰”这一改革的初衷。

“该《办法》的出台实施,将对我市6004家因逾期未年报,或由市场监管局在抽查和日常巡查中发现异常而被列入经营异常名录的企业敲响了警钟。”石狮市市场监督管理局提醒,对列入经营异常名录和标记为经营异常标注的市场主体,不仅在政府采购、工程招投标、国有土地出让、授予荣誉称号等方面受到限制或者禁入,还将受到严格的监管和区别对待。

(记者 周进文 通讯员 洪菲娜)

市场监管局为残疾人开通“绿色通道”

指定专人全程服务,不到半小时办妥营业执照变更手续



全程指导残疾人办理营业执照变更手续

本报讯 6月11日下午,在行政服务中心市场监督管理局窗口工作人员的全程指导下,聋哑人士王先生通过“绿色通道”,不到半小时就顺利地领到了变更后的营业执照。

王先生自去年开始在我市经营一家贸易公司,因业务变化,需要到行政服务中心市场监督管理局窗口申请变更股东股权。在得知王先生系聋哑人士后,市场监督管理局工作人员主动开通“绿色通道”,请当天驻岗的志愿者指导其填写表格,准备相关材料。6月11日下午,在无需预约情况下,市场监督管理局专门指定工作人员为王先生服务,指导其签字、盖章。不到半小时,一张重新变更后的营业执照递到了王先生手上。

(记者 周进文 通讯员 谢玲锦 文/图)

季季乐携手海绵宝宝“双牌”出击儿童产业市场

产业观察

灌篮高手、机器猫、圣斗士星矢、海贼王、樱桃小丸子、海绵宝宝、火影忍者、超人、蜘蛛侠……这些知名动漫陪伴着80后、90后、00后一路跨时代,“这已经不再是单纯的动漫IP,而是当下一一种时尚、流行元素。”季季乐童装厦门运营中心总裁张至泽介绍,对于童装来说,寻找IP已经屡见不鲜,尤其像ZARA、优衣库这样的快时尚品牌和迪斯尼、漫威(拥有美国队长、钢铁侠、蜘蛛侠、复仇者联盟等众多超级IP)等知名品牌在童装行业进行合作,但对于国内纯童装品牌来说,这样的借助超级IP进行跨界的案例较少,季季乐就是稀有的一家。

日前,季季乐正式和广州艺人品牌管理股份有限公司旗下IP“海绵宝宝”达成战略合作关系,这也宣告了在去年获得“中国十大童装”品牌的季季乐将首度“借船出海”,季季乐集团旗下季季乐童装品牌以及即将推出的FRIVEN潮童品牌将展开一系列联名合作,陆续推出全新

海绵宝宝主题系列合作款,通过跨界创新的玩法以及更加严格的品质标准来打造全新产品,让消费者有更多的选择,未来,双方还将协商进行更加全面的合作。

据了解,《海绵宝宝》是美国电视节目历史上最受孩子们喜爱的动画系列片之一,当这个可爱的海绵方块形象在1999年一推出,就受到小朋友乃至成人观众的疯狂喜爱,曾获全美儿童电视频道收视冠军,连续八年在美国有线电视网中排名第一,每个月都有将近6千万观众收看,除了儿童观众以外,还有一半观众都是成年人。海绵宝宝于2006年正式进入中国,生动有趣、天马行空的故事内容吸引了儿童、青少年、成年人群体。2012年,海绵宝宝动画片登陆爱奇艺官网,全网至今创下近百亿次的播放量,后来延伸到各大视频网站、PC端、移动端,实现全网覆盖。

当然,这些喜欢海绵宝宝的成年人也不乏时尚明星这个群体,比如说Angelababy、红遍亚洲的BIGBANG男团团长GD权志龙、台湾地区最具代表性的乐团

五月天的主唱阿信,都曾身穿海绵宝宝的服饰进行公演或商拍,当然,还有全体跑男团。除了明星的青睐之外,各大品牌也纷纷联盟海绵宝宝这个超级IP,联手推出合作款,如香奈儿(CHANEL)、MOSCHINO、Aape、I.T、美邦、佐丹奴等国内外知名品牌,都与这个超级IP进行了某个系列的合作,“海绵宝宝已经成为当下一个潮酷符号。”张至泽认为,其和很多超级IP一样,在引领时尚风向标。

为什么会选择海绵宝宝作为首个合作IP?对于这个问题,张至泽表示,季季乐是主打质优价廉儿童产品的快时尚品牌,始终追随当季潮流,以最快的速度将流行趋势带给每个中国孩童,以高质量、亲民价的保证赢得大众的青睞,以大品牌的设计来满足所有中国孩童对童趣且富有品位的时尚需求。

“IP选择一定要与品牌定位及理念契合,是季季乐一直以来选择IP合作的标准”。大家都知道,海绵宝宝很有个性,是大人小孩都喜欢的幽默卡通角色,也有孩子般的童真,同样也会紧跟潮流。这与季季乐品牌所追求的

“JUST JOYFUL LIFE&有梦想更快乐”及即将推出的潮童品牌FRIVEN潮童所倡导的“童趣、潮流、时尚、个性”的品牌精神不谋而合!

通过与海绵宝宝的联名合作,可以让季季乐快乐积极的品牌形象,深深植入消费者的心中,从而发挥一加一大于二的加乘品牌效应。

张至泽表示,在持续产出高质量产品的同时,通过内外部合作形成合力,大力度地增加营销传播的影响力,增加了品牌呈现给消费者的机会,也令IP更加生动直接地触达消费者。此次合作也是季季乐推动业务聚焦、合作开放战略的最新实践,力争为消费者创造更加丰富的产品和娱乐体验。

“随着‘一带一路’倡议的加速推进,我们借助这个超级IP,可能可以更好地拓展‘一带一路’沿线国家市场。”已经在台湾地区开辟十多家终端门店的季季乐目标并不止于此,而是要先往菲律宾、泰国、越南这样的东南亚国家发展,然后再深入到欧美市场,从而实现本土品牌海外拓展的传播影响。

(记者 杨江)

产业扫描

我国前五个月 贸易顺差收窄超三成

海关总署日前发布的数据显示,今年前5个月,我国货物贸易进出口总值为11.63万亿元,比去年同期增长8.8%,贸易顺差收窄超过30%。其中,今年以来我国出口6.14万亿元,增长5.5%;进口5.49万亿元,增长12.6%,进口增幅明显高于出口。这导致前五个月贸易顺差6498.1亿元,收窄31%。而这种趋势在上个月表现得尤为突出:5月份我国进出口总值2.53万亿元,同比增长8.6%,其中出口1.34万亿元,增长3.2%;进口1.19万亿元,增长15.6%;贸易顺差1565.1亿元,大幅收窄43.1%。(北京青年报)

山东成首个“绿色纤维认证”示范省份

6月8日,山东省纺织服装行业协会联合中国化纤工业协会在济南召开全国首次化学纤维“绿色纤维认证”推介交流会。

在此次交流会上,中国化学纤维工业协会副会长贺燕丽作《共建绿色纤维标志新品牌》报告,详细介绍了绿色纤维标志认证工作流程和申报条件。绿色纤维认证的对象是化纤企业,认证有效期3年。她表示,“绿色发展”是《中国制造2025》的基本方针和重点工程,支持绿色清洁生产,推进传统制造业绿色改造,推动建立绿色低碳循环发展产业体系是“十三五”时期及今后较长阶段的重大任务。(凤凰网)

广东抽查 153家女装企业

6月11日,广东省质量技术监督局官网公告的广东省女士服装产品质量“双随机”专项监督检查结果显示,不合格产品发现率为12%。本次抽查了广东省内153家企业生产的女士服装产品200批次。经检验,发现24批次产品不合格,不合格项目涉及“纤维含量”“pH值”“耐摩擦色牢度”“耐皂洗色牢度”“耐光色牢度”“接缝性能(疵裂)”等6个项目。

对本次抽查不合格的生产企业,广东省质量技术监督局已责成相关地市级监管部门,责令企业停止生产、销售不合格产品,并下达责令整改通知书,依法组织复查;对产品质量问题的生产企业依法进行查处。

(中国质量新闻网)

京东开设 自营买手店

一向支持中国时尚力量的京东时尚日前宣布将开设一个汇集全球顶尖设计师的京东自营买手店JDesigner Boutique,打造线上高端设计师品牌集合,从而传播设计师品牌对中国时尚新解读。据悉,京东为此特别与Simon Gao、HAIZHENWANG和Evening三位中国设计师合作推出了独家“胶囊系列”单品。

(时尚头条网)