

2010,安徽经济的N个面孔:

# 在涨价与加息中算计柴米油盐

## 回眸2010年

### 安徽经济的生动面孔·民生篇

2010年的安徽,民生领域的焦点层出不穷,从民生工程的大幅“扩容”,到以旧换新“试水”安徽;从连绵起伏的“涨价风潮”,到两度加息后的市场脉搏。经济热点、民生永远是头等话题。不管是层出不穷的政策“红利”,还是屡见不鲜的市场百态,老百姓最关心的,还是自己究竟能得到哪些实实在在的收获。

记者 沈娟娟 宛月琴



资料图片

## 扩 民生工程“扩容”至33项

【故事】

“我的生活费有着落了,或许我可以拿这笔钱先试试创业。”2008年,肥西县的马志遥高中毕业后考入某职业技术学校,可学费和生活费却让一家人愁得像热锅上的蚂蚁。最困难的时候,国家助学金为他的梦想插上了翅膀。

事实上,国家助学金只是我省民生工程“队伍”中的一员,而我省正在实施的民生工程项目多达33项。

【回眸】

民生工程,在2007年以前还是个“新鲜词儿”,现在已经成了多数家庭离不开的“成员”。

记者从省民生工程办公室获悉,今年1~11月份全省累计投入民生工程资金341.5亿元,拨付进度达到103.2%,33项民生工程年度目标任务已基本完成。

而据有关方面透露,明年我省将继续实施33项民生工程,不过面孔有点变化。

【评析】

“民生工程只有起点,没有终点。”在年初的全省民生工程会议上,省长王三运的话曾给民生工程的实施吃了“定心丸”。

用有限的财力,在有限的领域,民生工程突出解决了一些人民群众最关心、最直接、最现实的利益问题,老百姓的幸福指数也在慢慢走高。

## 换 家电以旧换新“试水”安徽

【故事】

用旧的家电怎么办?扔到垃圾堆还是卖给收废品的?关于旧家电的处理,曾经让家住省城橘郡万绿园的郑艳大妈很纠结。“修了不值得,扔了又怕不环保。”

不过,从今年6月开始,郑大妈家的旧家电有了好去处:家电卖场,用旧家电“换”新家电的政策开始“试水”安徽了。

【回眸】

今年,家电以旧换新也开始“开入”安徽。

记者从省商务厅获悉,从2010年6月1日起到2011年12月31日,凡是具有我省户口的居民和在我省注册登记的单位将旧家电交到中标回收企业,并到中标销售企业

购买新家电的,可以享受家电补贴。

这次加入家电以旧换新的是市民家中最常见的,如电视机、电冰箱(含冰柜)、洗衣机、空调、电脑。那么一台旧家电能获得多少钱的补贴呢?

截至11月底,我省家电以旧换新共销售新家电35万台,销售金额达124亿元;回收企业收购旧家电37万台,回购金额526万元。

【点评】

“我省是家电汽车产销大省,家电以旧换新政策的实施,不仅大大促进了各家电生产企业销售量的增长,而且,中高端、低能耗家电品种销售大幅提升,有效地促进了生产企业的产品结构升级。”省商务厅厅长于勇告诉记者,“换新”不仅拉动消费、助推企业发展,还促进了产业升级。

## 涨 CPI“破五” 钱包“缩水”

【故事】

“看,苹果贵得离谱,汽油涨了,哪里都离不开涨价。”退休职工张珍阿姨翻开记账的本子,向记者展示起自己笔下的涨价“痕迹”:买菜多花了300元,买衣服多花了100元,还有给孙子孙女买玩具零食的钱,每一项都比去年多了数百元。

【回眸】

什么是你2010年最关注的话题?毋庸置疑,物价上涨绝对“呼声最高”。

“豆你玩”、“姜你军”、“糖高宗”、“油你玩”、“药你命”等新词一个接一个。

闯进我们的眼睛,略带调侃的词语背后是老百姓对物价连续上涨的无奈心情。

2010年以来,我省物价上涨得似乎有

点快。继10月份“破四”后,我省CPI涨幅在11月份“破五”。

11月,由于价格上涨面扩大,我省CPI同比上涨5.4%,刷新28个月来的纪录,比国家5.1%上涨“脚步”还快。

根据中国人民银行第四季度全国储户调查,73.9%的居民认为物价“高,难以接受”。

【点评】

CPI上行,居民的钱包“缩水”,大踏步进入负利率时代。

安徽大学金融学院郑兰祥教授分析,CPI指数持续上行的主因还是在农产品、燃料、能源等生活必需品价格持续上行主导下带动的,放大了居民对CPI涨幅的感受。

## 加 两度加息后仍跑不赢CPI?

【故事】

一听到央行加息的消息,白领李芸就跟很多市民一样,到银行去办理转存业务。“毕竟,1万元定存一年,利息增加了25元。”

可缓过神来,李芸算了笔账,这点钱好像还是赶不上CPI上涨的速度。

【回眸】

2010年,我国居民猜测的年内二度加息终于“梦想成真”。

央行副行长胡晓炼日前指出,当前我国内外部流动性充裕,通胀预期较强,通

胀压力不断加大,需要通过货币政策回归稳健、控制物价过快上涨的货币条件。

加息,对于选择储蓄的居民来说可以增加收入。1万元定存一年利息增加25元。

但对于背负着房贷的房奴们,却意味着他们每月要多还款。

【点评】

加与不加,其实都是个难题。安徽大学金融系主任徐亚平分析,不加息,居民钱包“缩水”得厉害,但是加息,又怕影响到现在我国经济发展的稳定性。

# 腾飞中的“中国设计”

## 海信XT39系列智能3D LED液晶电视荣膺中国创新设计“红星奖”

近日,被誉为工业设计“奥斯卡”的中国创新设计“红星奖”在北京揭晓,海信XT39系列智能3D LED液晶电视以其创新的外观设计和卓越的工艺表现脱颖而出,荣膺2010中国创新设计“红星奖”。

红星奖是代表中国设计领域最高水平的专业奖项,在国际国内都具有非常大的影响力。本届红星奖,共有来自英国、德国、日本、韩国等14个国家及国内26个省市地区的1072家企业参加,申报产品达到5132件。

XT39系列智能3D LED液晶电视是今年9

月海信在中国市场率先推出的全球首款真正意义的智能电视。时尚、科技、简约一直是海信秉承的设计理念,XT39系列产品的思路正是源于这一诉求。

在外观设计上,XT39系列采用简洁硬朗的外观设计风格,超薄机身仅有25mm;在工艺材质方面颠覆了传统的喷涂工艺,采用双色注塑工艺,不仅使产品外观更加精致高档,而且在产品的生产制造过程中也体现了绿色环保的理念。机身外围镶嵌一层水晶边框,晶莹剔透而尽显立体质感。机身下边框附有拉丝银合金材质的横条设计,简约时

尚,与水晶边框的对比增强了整机的金属质感,并且在底座和机身面板之间起到了很好的融合作用。

海信XT39系列产品纤细的银色X力学支架底座挑战美与视觉极限,使整机显得更加灵动轻盈,无论从哪个角度看都极具艺术美感。X力学设计提供了更精准的施力支点,因而受力更加科学,支撑更加稳固。底座支持旋转设计,可以方便用户自由调整电视机屏幕角度,人性化十足。

与会评委认为,海信XT39系列的工艺设计很好地做到了科技与艺术的融合。海信

XT39系列产品能取得优异的市场业绩,与其出色的工艺设计密不可分。在当今注重品质、追求时尚的消费趋势中,外观工艺日益成为消费者选购产品的一个重要考虑因素。新的消费环境下,企业应该更加注重外观设计创新,才能提升中国制造的国际竞争力。

海信集团副总裁郭庆存表示,坚持“技术立企”战略的海信以一流的技术和扎实的制造工艺等“硬功夫”著称,而通过提高企业工业设计水平,增强产品的“软实力”,也是企业提升综合竞争力的重要途径。