

台州分配发行量72万枚,预约率100%,发售后“秒空” 虎年纪念币受市场热捧

本报记者李寒阳

生肖纪念币凭着发售价格不高、发行量适中、纪念意义大等优点,一直受到广大收藏爱好者的青睐。

1月7日起开始预约的面值10元的虎年生肖纪念币也不例外。记者了解到,开放预约三天内,台州的份额“瞬间”售空。许多没有抢到的收藏爱好者只能在二级市场上寻求购买途径。

虎年纪念币发行量较少

近年来,各种纪念币市场十分火爆,市民参与热情不断提高,台州地区鼠年贺岁币、武夷山纪念币、牛年贺岁币以及建党100周年纪念币的预约率都接近100%。

此次发行的虎年纪念币是自2003年首次发行生肖纪念币起的第二轮生肖币的第八枚,发行量比去年的牛年生肖币少了3000万枚,是近几年来数量最少的一种生肖币。

“物以稀为贵,由于发行量较少,导致预约兑换火爆,短短几分钟

就被预约完,出现‘一币难求’的现象。”人民银行台州市中心支行工作人员告诉记者,不少市民为了能够抢到虎年纪念币,特地定闹钟守着,掐点进入预约页面。

据了解,今年的虎年纪念币主要由建设银行的端口发行,建设银行台州分行工作人员告诉记者,此次发行有三天的预约期,三天的核实时期以及一周的兑换期,凭借二代身份证预约。

从央行已公布的数据来看,虎年纪念币全国预约率高达99.99%,大部分地区甚至都是100%。台州此次分配发行数量为72万枚,预约率为100%,兑换69.98万枚,兑换率为97.19%。

“除一些身份证过期、失效的用户无法立即顺利兑换的用户外,市民在抢到纪念币后基本都会立即完成兑换,可见今年生肖纪念币的热度很高。”建设银行台州分行工作人员说。

二级市场受欢迎

从虎年纪念币的市场价格来看,不到一天的时间,市场上的收购价格已涨至15元-19元一枚,与10元面值相比,涨幅已经超过五成多。

“台州的钱币收藏市场,分老币与新币,新币相对容易买到,虽然升值空间不大,但可以保值,受众面十分广,人人都能参与,这就使得纪念币类型的新币在二级市场的热度逐渐变高。”台州收藏家魏光华向记者介绍。

魏光华认为,台州的钱币收藏氛围不错,温岭路桥椒江黄岩等都有一批钱币收藏爱好者。2011年是收藏钱币的高峰期,现在受疫情影响,各行各业都在大洗牌,钱币市场也受冲击,反倒是门槛较低的新币热度增长,收藏银行发行的十二生肖纪念币的人越来越多,“事实上,对于贺岁纪念币而言,如果能集齐十二生肖的话,也会有不错的收藏价值。”

除了生肖纪念币以外,当下正热的冬奥币和冬奥钞等新币也在二级市场上十分火热。魏光华表示,作为钱币收藏爱好者,相比升值空间,新币的纪念意义和欣赏价值可能更是大家关注的重点。

沿江——

聚焦企业关切,构建亲清政商关系

本报讯(记者王妮妮)“我们年后引进了一名高管,其子女涉及转学问题,希望政府帮助协调解决。”近日,临海沿江镇“政企同心 砥砺前行”亲清政商关系座谈会召开,来自该镇商会企业、规上企业、规下样本企业的80余位企业界人士受邀参与,畅谈在发展中面临的问题和诉求。

能解决的当场解决;一时难以解决的先提出解决方案,制定时间表和路线图,承诺将保持跟进、一办到底;具有普遍性和制度性的问题,及时归纳上报,由政府牵头启动一站式受理代办服务,以“直通车”形式直击企业痛点……

座谈会上,针对企业提出的人才

引进、项目审批、扩建扩产、政策支持等方面的问题,该镇主要领导和有关职能部门负责人详细分析,并提出解决措施。

此次座谈会是沿江镇为企业发展排忧解难、构建亲清政商关系的一个缩影。春节后的首个工作日,该镇领导班子带队分赴企业一线,走访调研企业,向企业负责人面对面了解新一年的产销计划,全力推进企业疫情防控和复工复产各项工作落地见效。

截至2月15日,该镇45家规上企业已全部复工复产,各企业员工基本到位,抢抓时间赶制订单。

“作为‘亲清’政商关系的践行

者,沿江镇充分认识到民营企业对经济社会发展作出的贡献,并将以更高标准持续创优营商环境,像爱护家人一样护航企业发展。”该镇党委书记赵学群说。

构建新型“亲清”政商关系,“亲”是根本,“清”是关键。沿江镇规上企业全面完成清廉制度上墙公开,选树“清廉典型”推进建设升级版本,并向中小企业延伸,助推营商环境全面优化。同时,提高沿江镇商会作为全国“四好”商会的服务成色,充分发挥其在企业与政府间的桥梁作用,将推出“沿商好故事”品牌,加强企业正能量的宣传,并引导民营企业在能力范围内参与帮困扶弱义举。

高桥——

解决用工难题,开展点对点招聘

本报讯(记者章韵 通讯员丁君键)“这几年,受外来务工人员减少,本地务工人员外出就业的影响,每年过年后,不少企业都面临用工短缺的问题。”日前,黄岩区高桥街道工业副主任王世庆说,为帮助街道小微工业园区企业解决招工难题,街道总工会多措并举,与多个部门联动开展“春

风送温暖、工会助共富”行动。

据了解,该街道联丰螺屿小微工业区20家规上企业处于转型升级初期,急需模具工、打机工等一线工人,中高级技工更是“抢手货”。该园区的青蛙泵业、瑞丽模型正在积极创建科技型企业,高级技工非常紧缺。

“该行动主要是通过点对点助企

招聘服务,搭建用工供需对接平台,积极为联丰螺屿小微园区等用人单位和求职者提供准确、完备的就业服务。”王世庆说。

截至目前,该街道已化解辖区内35家规上企业招工难题,为博远车业、金利娟子家居、欧也机电等8家规上企业招工100多人,约达用工需求50%。

我市首个RCEP 对外投资项目获批

本报讯(记者颜静)记者从温岭市商务局获悉,近日,台州萨扎宁国际贸易有限公司在韩投资项目(株)盈成金属顺利通过境外投资备案,拟投资10万美元,成为RCEP生效后台州首个赴RCEP(区域全面经济伙伴关系协定)成员国投资的项目。

今年1月1日,RCEP正式生效,作为区域经贸规则的“整合器”,RCEP最大的特点在于统一了区域

经贸规则,解决了制约区域经济深入一体化的关键“痛点”,这在投资规则领域也体现得非常明显,带来了降低市场准入门槛、提高投资待遇、降低合规成本、提高投资便利度等新变化。

据悉,东南亚一直是台州企业对外投资的重要地区,已有不少台州商人分别在马来西亚、越南、印尼等地投资设厂,涉及鞋帽、纺织服装、化学原

料及化学制品、建筑业等多个贸易领域。协定的生效,为我市企业创造了更好的“走出去”条件,激发他们到日本、韩国等地投资兴趣的同时,也将带来一定的竞争和挑战。

下一步,我市将加大RCEP成员国投资环境政策宣传,积极帮助和指导企业找准市场机会,扩大与RCEP成员国投资合作,充分抓住RCEP生效实施带来的机遇和红利。



查农资 护生产

日前,路桥区蓬街镇市场监督管理所正对一家农资店的种子、化肥等进行检查。进入春耕生产季节,该镇组织市场监管、公安等部门护航春耕生产,加强对农资市场的监督管理,严防假冒伪劣种子、化肥等流入市场。本报通讯员蒋友青摄

“北洋清水茭白”再获省农博会金奖

本报讯(通讯员孙红红 记者沈海珠)近日,2021浙江网上农博会金奖产品推选名单出炉,黄岩官吞茭白专业合作社生产的“北洋清水茭白”榜上有名。据悉,其已连续多年获此殊荣。

北洋镇官吞村是远近闻名的专业茭白种植村,目前,官吞茭白合作社园区种植面积达400多亩,带动辐射周边乡镇种植茭白1700多亩,年产值达2000余万元,农户人均增收8000多元。同时,还为村民创造了150多个就业岗位,为妇女创造90多个就业岗

位,人均增收近3万元,带动了村民致富。

2012年,该社注册了“北洋清水”商标,通过统一编码、统一标准、分级包装分店销售等方法,统一销售社员产品。

“北洋清水”牌双季茭白色泽洁白、嫩茎肥大、质地脆嫩,口感鲜美,获得众多消费者的青睐,成为台州市茭白种植、销售行业的佼佼者,并多次荣获浙江省农业博览会金奖,产品远销广州、武汉等全国十多个城市。

2013年,官吞茭白合作社被确认为浙江省示范性农民专业合作社;2013至2016年连续四年被浙江省农民专业合作社信用评定小组评定为信用等级AAA级农民专业合作社;2017年10月,被浙江省农业厅授予“浙江省现代农业科技示范基地”“浙江省团队科技特派员示范基地”;2018年10月,被浙江省农业厅、财政厅评定为“一品一策”专项茭白全产业链质量安全风险管控示范基地等。



企业赶订单 春节不停工

日前,在温岭紫横红日农业专业合作社的车间,员工们正在操作自动化包装西兰花蔬菜。该合作社生产的各种四季蔬菜品质优良,目前,每天加班加点生产,日销30吨净品菜,较去年同期增长15%。本报通讯员江连秋摄

温岭查处“冰墩墩”被侵权案件

本报讯(通讯员丁施施)北京冬奥会吉祥物“冰墩墩”“一墩难求”,一些商家瞄准“冰墩墩”的带货能力,用“冰墩墩”的形象和标志进行营利性广告宣传。不曾想,这种蹭热度的行为已构成侵权。

日前,温岭先后查处了两起“冰墩墩”被侵权案件。

2月10日,该局执法人员在对一家蛋糕店检查过程中,现场在其客服微信朋友圈中发现“冰墩墩”形象造型的蛋糕成品照片。当事人称,该图片只在朋友圈发

布,产品并未上架销售。执法人员当场责令蛋糕店下架该产品宣传图片,并迅速对此立案。

“闹元宵 助冬奥”,广告海报上,“冰墩墩”“雪容融”的形象格外显眼,旁边还有“活动课包价值288元”“冰墩墩雪容融灯笼制作”“冬奥相框DIY”等字样。

2月12日,根据投诉举报线索,温岭市市场监管局执法人员对一家文化创意公司开展检查,在其客服微信朋友圈中发现上述广告海报,在对相关证据取证固定后,责令当事人下架该

活动。

“一开始只是想蹭冰墩墩的热度,做个活动,并不知道把冰墩墩放在广告上是侵权行为。”面对执法人员,该公司负责人颜女士十分懊悔,马上撤下海报和相关活动。

根据《奥林匹克标志保护条例》第十二条规定,未经奥林匹克标志权利人许可,为商业目的擅自使用奥林匹克标志,或者使用足以引人误认的近似标志,即侵犯奥林匹克标志专有权。目前,上述两起案件正在进一步调查中。

文明健康 有你有我
“讲文明 树新风”公益广告

您使用的每一张纸
都印记着树木成长的年轮

中央文明办 宣