格林斯潘认为

美经济衰退概率超过50%

格林斯潘

据新华社信息 据西班牙《国家报》6日报道，美联储前任主席格林斯潘在接受该报采访时说，美国经济出现衰退的概率超过50%。

不过格林斯潘认为，美国经济目前还未进入衰退状态。但工厂订货下降、失业率上升以及经济大幅减速的现象正在加剧，美国经济出现衰退的概率超过50%。

格林斯潘坦言，目前美联储的决策难度比他在任期间大。此外，格林斯潘对欧洲经济比较乐观。

农行推出中央预算单位公务卡

据新华社北京4月7日电（记者任芳、刘琳）中国农业银行7日公布，在公务卡支持系统通过财政部验收后，农行已开始向中央财政预算单位推广使用符合财政授权支付要求的创新型金融产品“中央预算单位公务卡”。

2007年7月，为深化财政国库集中支付改革，规范财政资金管理，财政部联合人民银行出台《中央预算单位公务卡管理暂行办法》，要求中央预算单位财政授权支付业务中原使用现金结算的公用经费支出，原则上使用公务卡结算，以规范中央预算单位工作人员日常公务支出和财务报销行为。

农行有关负责人表示，农行是最早服务于中央财政国库管理改革的商业银行之一，目前已代理1086家中央各级预算单位的授权支付业务。此次设计研发的中央预算单位公务卡和公务卡支持系统，采取与预算单位授权支付零余额账户相结合的形式，代替原有现金方式进行财务报销，既减少现金支付结算，方便预算单位用款，也进一步提高支付和报账透明度，是我国深化财政国库集中支付改革、规范财政资金管理、强化财政监督的重要举措。

我国特许经营行业进入新一轮增长期

据新华社北京4月7日电（记者周英峰）中国连锁经营协会有关负责人7日说，我国特许经营行业经历十年的发展后，即将进入新一轮的增长期。

中国连锁经营协会秘书长裴亮认为，当前我国特许经营发展进入新一轮增长期主要面临四个外部环境因素：首先，《商业特许经营管理条例》实施一年，政策给企业的缓冲期已经结束，特许经营市场真正步入有法可依和有法必依的环境；其次，经营和人力成本普遍提高、人力资源普遍缺乏等问题，给广大特许经营企业的盈利甚至生存带来挑战；第三，随着全聚德上市这一标志性事件的发生，中国特许经营企业迎来资本之路，但特许经营企业如何借助资本谋求发展等问题值得思考；第四，随着投资产品的不断丰富，潜在投资人的资金流向开始分散，在一定程度上减少了潜在加盟商的数量。

裴亮说，以上外部环境的变化，对特许经营企业的可持续发展能力提出挑战。目前，特许经营企业的发展战略和经营策略正随着环境的变化而调整，如特许经营企业的管理和经营更加规范，资本的介入使得加盟门槛普遍提高，特许企业对加盟商的选择更加慎重。此外，直营和加盟的结构正在发生变化，充足的资金使企业更关注直营店的打造。

海南瓜果菜全国六大市场每日价格信息

品种＼市场 价格	北京 新发地市场	上海 江桥市场	广州 江南市场	成都 聚合市场	郑州 刘庄市场	哈尔滨 哈达市场
长豆角	7.6	5.80	5.0	4.8	7.00	缺货
青尖椒	7.2	5.20	4.6	3.2	5.20	6.60
香　蕉	4.8	3.40	2.6	4.0.	4.00	5.00
红南瓜	17.0	6.50	4.2	3.6	14.00	4.80
圆　椒	6.0	4.40	4.2	3.4	4.40	6.20
无籽西瓜	9.0	6.60	4.0	3.8	4.20	5.80

详见（http://www.hiagri.gov.cn）市场信息栏目　单位：元/公斤　省农业厅权威发布

奥运纪念品迎来黄金销售期

新华社记者 张 舵

漂亮的奥运纪念品非常抢手。　新华社发

活泼可爱的毛绒福娃，金碧辉煌的“鸟巢”模型，古朴典雅的玉石中国印，当美国游客杰克步入北京街头一家奥运特许商店时，这些精致的奥运纪念品立刻让他兴奋不已：“这些东西代表着中国人的另一种奥运激情，让你无法拒绝。”

和杰克抱有同感的来京游客不在少数。随着北京奥运会的临近，专门为奥运会量身定做的数千种纪念品开始迎来黄金销售期，从而提升中国旅游商品市场的人气。在北京王府井大街的新东安市场里，专门设立的奥运特许商店共有六大柜台，从纪念币、卡到纺织品，从陶瓷工艺品到手机链、场馆模型，五花八门的奥运纪念品吸引了众多中外游客的光顾。

一位来自福建的游客挑了一套好几千元的金质“鸟巢”模型，他得意地说，这是所有奥运纪念品中最有意义的一个，“以前来北京总是为买什么礼物回去送人发愁，这次来我就没有这种遗憾了”。

时近晚上8点，北京东长安街上的一家奥运纪念品旗舰店依然人头攒动。奥运柜台占据了整座大楼的第一层。咨询员表示，已经有200多个特许经营商入驻，但不方便透露具体的销售额。

这位咨询员说，目前来看，奥运纪念品的人气日益高涨，“经营商还会更加频繁地推出各自的最新产品。每到一些特殊纪念日，这里都是来抢购现量发行纪念品的人。”

中华民族文化促进会旅游文化研究中心副主任张融参与了多种北京奥运会旅游纪念品的设计。他告诉记者，为北京奥运会量身定做的旅游纪念品有七八千种，由全国2000多家企业提供。

同时兼任上海新世界旅游纪念品有限公司总工艺师的张融分析，今年上半年是北京奥运纪念品的销售高潮，“我们公司在上海的一家200平方米的奥运特许商品专卖店，现在一天的销售额已经超过10万元了”。

奥运纪念品火热销售同时让旅游业人士兴奋，因为这为发展乏力的中国旅游商品市场注入了新动力。北京第二外国语大学旅游学院教授戴斌说，在中国旅游市场六大要素中，旅游商品销售占的比重低，长期困扰市场发展，而奥运会举办将对这一环节产生前所未有的推动力。

北京市旅游局副局长顾晓园说，旅游纪念品一直是中国旅游业的软肋。“近两年外国游客来京的人均花费为1033美元，但其中大部分都花在了吃饭、住宿、门票和交通上面，真正用在购物上的花费在总消费额中不到20%，而发达国家一般都超过50%。”

创意设计是中国旅游商品提升最缺乏的动力。杰克认为，奥运纪念品与他在中国很多旅游景点碰到的商品完全不同，“它们不仅质量上乘，而且很有创意”。他特别喜欢“鸟巢”模型，“这本身就是一件艺术品，已经成为北京奥运会的象征，但中国人还把它变成了一个人人都能带回家的旅游纪念品，这非常成功”。

“将奥运场馆开发成纪念品，是此次北京奥运纪念品开发的一大成功突破，”戴斌说。此外，利用奥运建设工程废料开发的纪念品也很多，说明奥运纪念品开发的设计创意已经有很大提升。

戴斌说，奥运期间大量外国游客来华观光，他们具有旅游购物习惯，除了奥运纪念品，还会青睐中国各地文化类和都市消费类旅游商品。奥运纪念品热销，本身带来了相当可观的收入，但更重要的是改变了游客以往对中国旅游商品的印象，树立了市场信心。

奥运会对中国旅游商品市场的影响还不止这些。奥运纪念品开发为中国旅游商品市场培养了一批从设计、生产到营销的专业队伍，传播了全新理念。中国工业设计协会副会长宋慰祖说：“现在已经有不少英国的设计公司通过我们物色国内的奥运特许生产商，准备为他们生产2012年伦敦奥运会的纪念品了。”

（新华社北京4月7日电）

商务部拟规定

商家无偿提供塑料袋将罚款万元

本报讯 据中国商务部网站消息，为节约资源、保护生态环境，引导消费者减少使用塑料购物袋，商务部草拟了《商品零售场所塑料购物袋有偿使用管理办法(草案)》(征求意见稿)，7日起向社会公开征求意见。

办法规定，商家向消费者无偿或变相无偿提供塑料购物袋，最高将面临1万元的处罚。

据了解，该草案征求意见截止日期为4月14日，正式文件将由商务部、国家发展和改革委员会、国家工商行政管理总局联合发布并负责解释，自6月1日起实施。

高收入人群集中在十大行业

金融电信房地产榜上有名

本报讯 据中新网报道，北京市地方税务局7日通报称，该市目前共有34.1万人进行了2007年度个人所得12万元以上自行申报，比去年增加三成四。

据公布，北京年所得达12万元的群体，涵盖广泛，涉及167个行业。列为前十名的有金融业、服务业、计算机软件服务业、电信业、电力供应、房地产、批发业、研究与试验发展行业、教育业，占申报总人数的44%。其中许多机构高管人员也进行了自行申报，占申报总人数三分之一。

雅虎正式回应微软最后通牒

可以交易但要提价

本报综合消息 据国外媒体报道，针对微软上周六发出的“最后通牒信”，雅虎董事会本周一做出了回应。雅虎董事会在致微软首席执行官史蒂夫·鲍尔默的信中称，只要价钱合适，该公司并不反对与微软交易。

微软上周六向雅虎发出“最后通牒”，声称如果无法在4月26日之前达成交易，就将以更低的价格发动恶意收购。雅虎董事会本周一就此做出了回应，该公司在信中称：“我们再次重申，如果符合雅虎股东的最大利益，我们并不反对与微软交易。我们的立场很简单，那就是任何交易都必须完全地反映出雅虎的价值，包括将带给微软的任何战略利益。”

雅虎CEO杨致远和董事会主席罗伊·波斯托克周一重申，雅虎管理层和大多数投资者都认为微软报价低估了该公司的价值。他们在信中称：“由于微软股价持续下跌，你们的收购报价实际上已经远低于最初提交请求的时候。”他们同时称，微软发动恶意收购的威胁不会达到预期的目标。