

# 北京：一元节能灯破解推广难题

新华社记者 江国成

为了节约能源，让节能环保理念进入千家万户，北京市最近在全国率先推出“一元节能灯”计划，在部分城区以市场价1/10的价格推广500万只节能灯。此举受到广大市民的热烈欢迎，多处出现节能灯销售火爆，一灯难求的场面，成功解决了此前国内节能灯推广难的问题。

## 令人震撼的全国最低价

今年6月15日，北京在东城、西城、崇文、宣武4个区启动推广500万只“一元节能灯”计划。这些城区的每个家庭可以1/10的市场价格即1元钱，买一只优质节能灯。当时，一位家住石景山区的司机获悉后向记者打听哪里可以买到这么价廉物美的节能灯。他告诉记者：“我家的节能灯，是在超市买的，很贵，花了我20多元。”

据北京市发展和改革委员会介绍，北京市仅用一个个月就在上述地区300多个社区换购节能灯320万只。大宗用户的节能灯，并开始供货，预计在9月底前全面完成推广任务。

谈到“一元节能灯”受到市民热捧的原因，家住东城区东直门街道东外大街社区的单大妈向记者展示了节能灯的省电机细账：“一盏10瓦节能灯能够替代50瓦的白炽灯，一年下来，光这一盏灯就能给家里省下28元钱。非常划算！”

北京市对居民用户提供的“一元节能灯”，是在中央财政补贴50%基础上，市级财政补贴30%，区级财政补贴10%，居民只支付10%的价格。

北京市发展改革委委员张燕友告诉记者，从电费支出看，一只10瓦节能灯，在6000小时寿命期内，比相同照度的50瓦白炽灯少耗电240度；从服务上看，企业上门更换，并且提供完善的售后服务体系和为期两年的质保承诺，市民可放心使用。

在此之前，节能灯在社会上由于销售价格高等原因推广效果并不理想。尽管我国是世界最大的节能灯生产国和出口国，年产量达到20亿只左右，世界80%以上的节能灯产自中国。但由于流通环节费用高，进入超市的家庭用节能灯虽然质量有保证，但单价少则10元，最高的达20元以上，而部分家装市场节能灯虽然价格便宜，但质量难有保证，容易损坏，致使使用劣质节能灯的居民认为节能灯“省电不省钱”，加上多数居民对节能灯并不了解，节能灯普及难度大，我国主要的节能灯厂家主要依赖国际市场。

## “赔本买卖”还是“一石多鸟”？

北京市政府主动拿出数千万元财政补贴，在全国率先推出“一元节能灯”计划，在国内外引起广泛的关注。据国家发展改革委介绍，本来，国家今年只给北京推广200万只节能灯的任务，但北京市主动增加推广量，并计划3年全部淘汰白炽灯，惠及全市居民。同时，北京市还将为换回的每盏废旧灯管花费一元钱进行无害化处理。从经济角度看，北京市此举是在做赔本买卖，还是在能源短缺时代落实科学发展观，大力推进节能环保的大手笔？

北京市发展改革委环境和资源综合利用处处长杨智慧告诉记者，今年北京计划补贴推广500万只节能灯，中央、市、区三级财政为此补贴的金额达5000万元左右。

杨智慧说：“这些节能灯‘上岗’后每年可节电2亿度，节约电费约1.2亿元。照此计算，只需半年就能收回补贴成本。”这项补贴不仅惠及于民，同时还能减轻政府电力负荷的压力，所以非常划算。

“500万只节能灯省下的绝不仅仅是电费！”北京市发展改革委环境和资源综合利用处处长凌文杰向记者展示了“一元节能灯”带来的环保细账：按1度电约等于0.37千克标准煤计算，更换500万只节能灯，每年省电2亿度，可节约标准煤7.6万吨。“形象地说，每年可减少30列火车、1500车皮的煤炭进京。”

减少2亿度发电量还意味着每年北京可减少排放二氧化碳20.5万吨，相当于东城、西城、崇文、宣武4城区225万人一周的二氧化碳排放量。

“绿色奥运是2008年北京奥运会重点突出的一个理念。”凌文杰说，这个理念的核心是为奥运会提供一个优美清洁的环境。“一元节能灯”所倡导的观念就是节能、环保和健康。每一盏小小的节能灯都会为北京的绿色奥运会作出贡献。

今夏北京市高峰用电负荷预计将达到1460万千瓦，电力供应紧张的形势并未得到根本扭转，而电力资源中有12%消耗于照明领域，推广节能灯的使用是缓解电力供应紧张的一个有效手段。经测算，如全市居民全部更换节能灯，可节约15%的照明用电。

凌文杰告诉记者，节能灯既省电、又省钱，效果直观，便于宣传和普及，有助于消费者养成自觉选购节能产品的良好习惯。市民购买质优价廉的节能灯，在使用过程中发现节能灯的种种“优点”，逐步养成节能环保的习惯，改变浪费等不合理的消费方式。

国家发展改革委能源研究所所长韩文科认为，北京市在推广节能灯、开展全面节能活动方面行动早，力度大，给全国其他地区带了个好头。他们的一系列做法值得全国其他地方借鉴。

## 北京市民超额购买节能灯逐渐增多

据北京市发展改革委介绍，在上述4个城区所设的政府补贴节能灯换购点，以10元中标价购买节能灯的市民逐渐增多，比例已经超过10%。

在此次节能灯的推广过程中，由于每户家庭最多购买5只“一元节能灯”，超过5只，市民可在换购点以比市场价低40%左右的中标价购买节能灯。在亲自尝试了节能灯低能耗高照度的效果后，要求多购买的市民越来越多了。

“很多人是在买完‘一元节能灯’之后，返回换购点再来买灯的。”北京市发展改革委环境处调研员张焕枝说，这些市民表示，回家换上节能灯后，觉得光线明亮，一算账，还能省钱，所以就把家里剩下的灯都换了。

这是北京市首次以政府补贴的形式对民用节能灯具进行推广，同时也创下节能灯销售多年来在市民层面大规模推广的先河。杨智慧告诉记者，“一元节能灯”的推广过程为今后节能产品的普及提供了许多启示。

(新华社北京8月13日电)

## 全民节能行动

## 汶川地震灾区

# 个人房贷最低首付比例下调为10%

采访人：本报记者 田俊荣 欧阳洁 解读人：央行、银监会、证监会、保监会有关负责人

## 政策解读

### 关注抗震救灾政策⑨

日前，中国人民银行、银监会、证监会、保监会联合发布《关于汶川地震灾后重建金融支持和服务措施的意见》，指导各金融机构全方位做好汶川地震灾后重建的金融支持与服务。自《意见》发布之日起至2011年6月30日，央行、银监会、证监会、保监会将对51个极重灾区和重灾灾县的行政区域内金融机构实行特殊金融政策，鼓励金融机构加大对灾区的信贷投放，引导各类资金支持灾后重建工作。

## 灾区金融机构执行倾斜的准备金政策

《意见》要求加快修复因地震灾害受损的银行、证券、保险机构基础设施，特别要加强和改进对灾民集中安置点的金融服务。考虑到灾区金融机构的受损情况，将对灾区各类金融机构免收监管费，减免银行业协会会费、证券期货经营机构缴纳的投资者保护基金、证券期货业协会会费、证券期货交易所会员年费和保险机构缴纳的保险保障基金、保险业

协会会费等收费。

对灾区金融机构执行倾斜的准备金政策。灾后重建期间，逢存款准备金率上调，对灾区地方法人金融机构暂不执行。对灾区资本充足率较低的法人金融机构停止执行差别存款准备金率政策。同时允许灾区金融机构提前支取特种存款，增加其信贷资金来源，并按其实际持有期限对应的特种存款利率计付利息。

## 信贷投放重点支持中小企业和“三农”

《意见》指出重点信贷支持领域，包括灾区重点基础设施建设项目、重点企业、支柱产业、中小企业、因灾失业人员等。考虑到中小企业在推动创业促进就业方面的优势，《意见》特别要求灾区城市商业银行等地方法人金融机构加大对中小企业的信贷支持力度，鼓励地方政府出资引导建立中小企业贷款担保基金。

为了加大对灾区“三农”的信贷支持，拓宽农村贷款抵押担保范围，鼓励发展林权抵押贷款、采矿权抵押贷款、应收账款质押贷款、仓单质押贷款等业务。鼓励各金融机构积极发放面向灾区农户的小额信用贷款和农户联保贷款，对农村种养大户、特色种养业予以重点扶持。为了加大对灾区金融机构的资金支持力度，今年安排增加灾区200亿元再贷款

(再贴现)额度，如有需要可再适当增加。考虑到受灾群众和企业的实际困难，对灾前已经发放、灾后不能按期偿还的各项贷款可延期6个月还款。

在住房信贷方面，降低了地震灾区个人住房贷款利率下限和首付款比例。灾区居民在灾后购置住房的贷款利率下限由人民银行规定的现行水平(首套为贷款基准利率的0.85倍、二套为1.1倍)统一下调为贷款基准利率的0.6倍，商业银行可根据客户的还款能力等因素自主决定具体贷款利率水平；最低首付比例统一下调为10%，具体首付比例由商业银行根据贷款风险管理原则自主确定。

## 优先安排灾区企业申请上市和再融资

《意见》支持灾区地方法人金融机构和企业通过债券市场募集灾后重建资金，并为其提供债券融资绿色通道。为了支持灾区企业通过股票市场融资，将优先安排灾区企业申请首次公开发行股票和上市公司再融资。优先审核拟将募集资金投向灾区恢复重建和生产灾区重建、安置急需物资的公司的融资申请，支持灾区上市公司并购重组、资产注入和整体上市，设立灾区上市公司并购重组专门审核小组。



## 三峡电站月发电量首超百亿千瓦时

据中国三峡总公司消息，三峡电站7月份发电量首次超过百亿千瓦时，达到103亿千瓦时，这一电量大约可供北京市使用两个半月。目前，三峡电站已投产24台70万千瓦机组，投产装机容量达1680万千瓦。图为8月12日，处于洪水期的三峡电站。

刘君凤摄

# 下月起我国将调整汽车消费税政策

本报北京8月13日电 (记者李丽辉)财政部、国家税务总局发出通知，决定从2008年9月1日起调整汽车消费税政策，提高大排量乘用车的消费税率，降低小排量乘用车的消费税率。

政策调整的具体内容是：提高大排量乘用车的消费税率，排气量在3.0升以上至4.0升(含4.0升)的乘用车，税率由15%上调至25%；排气量在4.0升以上的乘用车，税率由20%上调至40%；降低小排量乘用车的消费税率，排气量在1.0升(含1.0升)以下的乘用车，税率由3%下调至1%。

调整汽车消费税政策，旨在抑制大排量汽车的生产 and 消费，鼓励小排量汽车的生产 and 消费，有利于降低汽油消耗、减少空气污染，促进国家节能减排工作目标的实现。

提起“爱国者”，大家一定不会陌生。在刚刚开幕的北京奥运会上，“爱国者”相继成为北京奥运会语言培训服务供应商、奥林匹克博物馆合作伙伴，以及北京国际新闻中心(BIMC)合作伙伴。

在移动存储连续8年内市场占有率第一、MP4播放器国内市场占有率第一、连续10多年年均增长率高达60%之后，“爱国者”正借助奥运这个平台，实现走向世界的梦想。

## 把奥林匹克博物馆“搬”到中国

在北京国际新闻中心里，一幅精致的北京地图引起了不少记者的兴趣。你只要拿起放在地图旁边的“笔”轻轻点触地图，就可以听到用中英文两种语言介绍的各种信息——这是北京爱国者理想飞扬教育科技有限公司推出的“爱国者妙笔”《京韵地图》。

这款“爱国者妙笔”拥有28项专利技术，配合电子书，可以快速查阅北京奥运会运动员简介，阅读奥运有声海报，自助学习英语，自主导游故宫……更神奇的是，包含海量信息的“爱国者妙笔”，还把位于瑞士洛桑的奥林匹克博物馆“搬”到了中国，作为第一个中国高科技品牌进驻瑞士洛桑奥林匹克博物馆。

此外，国际最具影响力的体育营销专家、

# 我国总用水量年均增长不到1%

## 北京奥运期间没有采用深层地下水

本报北京8月13日电 (记者赵永平)记者从北京国际新闻中心举行的中外媒体集体采访上获悉：通过近年来水资源合理开发、优化配置和有效保护，我国水资源保障能力进一步提高。目前全国水利工程实际供水量达到5795亿立方米，全国总用水量年均增长不到1%。按照规划，到2010年，我国将新增年供水能力约400亿立方米，能够基本保障经济社会发展对水资源的需求。

水利部副部长胡四一介绍，“十五”

期间让6700多万农村人口喝上了干净水、放心水；用水效率和效益也得到明显提高，2006年全国万元GDP用水量327立方米，比2000年下降了41.8%；通过发展节水农业，形成300多亿立方米的年节水能力，新增粮食综合生产能力400多亿公斤，有力地保障了粮食安全；加大水污染防治力度，实行更加严格的污染总量减排标准，大幅度减少污染物排放总量；通过加强流域水资源统一调度，实现了黄河连续8年不断流；

正在规划和建设的南水北调工程，将从根本上缓解北京、天津等华北地区和西北地区水资源短缺问题和生态环境恶化状况。

“北京市设计计划在奥运期间从周边取水，也没有采用深层地下水。”胡四一介绍，为保障首都经济社会的健康发展，北京市采取理顺管理体制、建立节水机制、调整产业结构、加大污水处理和回用力度等一系列措施，提高水资源利用效率，有力地调控了用水需求，北京年用水量从2000年的40.6亿立方米下降到2006年的34.3亿立方米，平均每年下降1亿立方米，污水处理率从43%上升到70%。

# “爱国者”：科技为奥运添彩

本报记者 王政

前国际奥委会市场总监、F1的商业推广特别顾问迈克尔·佩恩加盟爱国者理想飞扬教育科技有限公司，为中国本土企业的奥运营销战略，带来了国际运作的宝贵经验。而国际奥委会名誉主席萨马兰奇，也欣然接受了总裁冯军的邀请，出任了奥运志愿者语言培训荣誉顾问。

冯军坦言，“爱国者”之所以参与奥运，是想吸收奥运会品牌运作的经验，让“爱国者”品牌走向世界。

## 从“中国制造”到“中国创造”

“爱国者”WALKTV手持移动电视、全球首款互联网手持终端“爱国者”MID、全球首款可播放RMVB格式的“爱国者”MP5播放器、全球第一款兼备摄影摄像功能以及MP4多媒体娱乐功能的超薄双模式数码相机“爱国者”V790……

“我们的科技创新之所以能取得这么多成

就，得益于一个强有力的创新体系。”冯军介绍说，目前“爱国者”已经拥有6家研究院，约700位研发设计人员，其中博士及海外归国技术人员占10%，硕士研究生占30%以上，涉及移动存储、数码影音、计算机配件、信息安全等多个领域。“爱国者”还出色地完成了神舟六号录音和存储装置的研发任务及设备提供。

## 创新与合作的“1+1=11”模式

每一位北京国际新闻中心的非注册记者手中，都有一个“爱国者贵宾王”。这可不是一个简单的移动闪存盘(U盘)，通过附加Autorun技术，来自全世界的记者可以直接与BIMC的内容服务网站实现一对一的联络。此外，记者们把这个卡插到合作餐厅的计算机上，不仅可以付账，还能看到客户用餐的信息记录，从而决定这一顿饭对老客户打多少折扣。

U盘+Autorun技术+餐饮打折功能=贵宾王，是爱国者“1+1=11”创新与合作模式的成果之一。

“我们认为，方向相同，定位不同的两个1相加，结果就不止是2，而是有可能等于11，最终实现合作伙伴合理利益的满足与共同成长的机会，营造一个共同成长与和谐发展的环境。”冯军告诉记者，遵循这一理念，“爱国者”在2005年开始以硬件平台为坚实的后盾，同时进入内容产业，与硬件的研发与制造优势相结合，形成“1+1=11”的增值关系。

“1+1=11”的经营模式，不仅让“爱国者”在国内市场一路领先，而且帮助“爱国者”MP3在欧洲、北美等国际市场上，赢得众多国际客户与合作伙伴。

2005年11月，爱国者MP3在英国销售了60万单；12月，又顺利进入了法国最大的电子连锁店。接着，又在加拿大市场取得了突破。爱国者推出的含有数字水印技术的数码相机，也相继进入了西班牙等欧洲市场。



中国男篮首场比赛败于美国队后，第二场比赛又败于西班牙队。然而，与同样失利的中国男篮相比，中国男篮却赢得了媒体舆论和广大观众的交口称赞。

赛前，姚明就曾说：“假如中国队胜了美国队，我就退休。”西班牙队则是2006年的世锦赛冠军。明知对手强劲难敌，中国男篮却无所畏惧，敢抢敢拼。投入如此倾情，心态却十分放松，中国男篮为世人奉献了十分精彩的比赛，观众发自内心的赞叹“过瘾”。

令人欣喜的是，在本届奥运会上，更多的奥运健儿在享受比赛。夺得中国射击队首金的庞伟说：“奥运会比赛就是运动员的节日，没什么可紧张的。”50岁的栾菊杰未能击败匈牙利选手，但她笑着这样说：“我很享受比赛，过去15个月很累，但我累得很爽。”

更多的中国民众也在享受比赛。人们由衷地为奥运健儿每一个精彩的表现鼓掌喝彩，无论仲满、廖辉、中国女子体操队，还是菲尔普斯、北岛康介。而对杜丽等等的失利，人们或有惋惜，却少有批评指责，甚至宽慰杜丽“别哭”。正是这种享受比赛的心态，使人们从狭隘的胜负观中超越出来，升华到欣赏享受奥运的快乐境界。

这正是奥林匹克运动的魅力所在。尽管在奥运会这个世界上最大的体育竞技场舞台上，奥运健儿们获得的至尊荣誉，常与国威相连，所获金牌的多少，更被看做衡量一个国家体育水平，乃至“国力”的重要指标。但我们不应忘记奥林匹克运动的初衷，不应忘记100多年前顾拜旦在《体育颂》中所写下的：“体育是天神的欢娱，生命的动力”。展现力与美，欣赏竞争和挑战，这是奥林匹克的本质。

奥运会是欢乐之源，是全人类的节日。体育的魅力，生命的激情，力与美的艺术，都在这里得到淋漓尽致的展现。背负过多体育之外的精神负担，会使奥运会在人们的心里少了一份轻松，多了一份沉重。不堪精神重压的运动员可能因此输掉比赛，计较于胜负得失的观众也会因此与快乐擦肩而过。

惟有以享受奥运的心态，我们才能从奥运中获得快乐，放松心情，真正领悟奥林匹克精神的真谛。以这样的心态去参赛，比赛就会成为一种乐趣，运动员也可以甩掉包袱、卸掉压力，展示出自己的最好水平。以这样的心态去观赛，观众就会获得一种纯粹的体育竞技之美，得趣高于胜负得失，胜亦欣然，败亦欣然。

“首先要享受比赛的快乐，其次是好成绩……”一位外国总统这样给本国运动员壮行。我们期待，全社会能够以这样更加宽松的舆论环境为奥运健儿减压，更期待在接下来的这十来天里，奥运健儿和广大观众能够尽情地享受奥运的快乐。

陈家兴

# 享受奥运更重要

## 上海世博会门票基准价暂定160元

本报上海8月13日电 (记者吴焰、曹玲娟)今日，上海世博会事务协调局局长洪涛透露，2010年世博会的门票将于9月28日起向外发售，基本价格是每套160元人民币。首先预售团体门票。他表示，该门票为基准价格，会根据不同的购票时间、不同的人群、不同的参观时段，采取各种不同的售票方式，采取价格浮动。老年人、残疾人、学生、儿童、现役军人等一些特定群体，将提供门票优惠，一些团体票、预售票也会有折扣。

据预测，上海世博会将有7000万人次参观。截至今日，已有214个国家和国际组织确认参展。

## 奥运会上的中国企业