

各地春节消费市场红火

□陈小力

春节黄金周期间,北京市场家电、黄金成为消费热点,节俭消费成时尚。北京商业信息咨询中心监测显示,自农历除夕至正月初六,全市120家重点商业服务业企业实现销售额36.6亿元,同比增长9.2%。

在商品消费领域,年货礼盒受欢迎,家电、

黄金受青睐。春节期间,稻香村“京味”系列糕点礼盒销售量同比增幅超过20%。大中、国美、苏宁电器专业卖场实现累计销售2.5亿元。菜百、国华、工美3家以销售金银珠宝饰品为主的商场累计实现销售额6.3亿元。

今年春节假期7天,广东各地共接待游客3055万人次,同比增长14.7%,总收入207亿元,比上年年增长23.2%,旅游成为假日经济亮点。

据分析,今年广东旅游呈现综合消费旺盛,出境游、国内游、省内游市场全线飘红的特点。据统计,热门旅游城市的自由行系列产品预订数量较去年同期增长40%。

日前,记者从海南省海口市海关处获悉,受离岛免税政策购物限额放宽和海南旅游市场人气火爆的带动,离岛免税销售节节攀升。

据统计,2月9日至15日,海关共监管三亚、

海口两家免税店销售金额1.7亿元,购物旅客人数约4.3万人次,销售免税品18.68万件。

今年春节长假,浙江省温州市旅游业进账15亿多元,同比增长近三成。据了解,黄金周温州市共接待游客163.07万人次,同比增长26.56%,门票收入1183.68万元,增长23.45%;旅游综合收入达15.49亿元,增长27.91%。

(据《人民日报》)

菜单上一个价 结账时另加价 餐馆称春节市场菜价上涨

本报讯(金宏辉)同一道菜,点菜时菜单上标的是一个价格,结账时账单上显示的却是另一个价格。近日,市民霍女士反映,她在申碑路某餐厅就餐后,结账时账单显示的价格比菜单价格多了50元。

据霍女士反映,2月13日晚上,她和朋友到申碑路一家餐馆吃饭。“我们按照服务员提供的菜单点菜,可吃完饭买单时,我们发现,菜价与菜单上的价格不符,其中有几个菜的单价都比菜单上的价格要高。她和朋友拿着菜单点菜时都看过菜的单价,当时服务员也没有说价格有什么变化,可到买单结账时老板却说价格上涨了。”霍女士表示,虽然菜的单价上涨不多,但餐馆这种行为欺骗了消费者。

“出于对商家的信任,可

能平时吃饭并不会太注意价格,结账后也很少看账单,但通过这件事,我想提醒大家,结账后一定要认真查看消费项目和价格。”崔女士说。

随后,笔者来到这家餐馆了解情况。该餐馆老板称,他的餐馆菜价上涨,主要是由于春节期间市场上各种蔬菜、肉类等价格上涨了,经营成本增加了,餐馆的菜价自然也要有所上浮。该餐馆老板同时还称,顾客来吃饭一般都会被告知新的菜价,可能是服务员一时忘记了才导致发生争执。

笔者就此事咨询了市消协。市消协工作人员告诉笔者,消费者在消费过程中具有包括价格、品质等方面的事先知情权,如果没有事先告知,就是侵犯了消费者的知情权,消费者是可以要求退回差价的。

奶茶饮料被指普遍“无奶” 成饮料市场消费盲点

□金晓岩

备受年轻消费者青睐的奶茶饮品,陷入了“无奶”的尴尬中。随着消费者在网上对统一奶茶“含乳量低”发出指责,奶茶产品普遍“无奶无营养”的事实也被曝光。

一位来自17路论坛、名为“嘭声”的网友发帖称,统一奶茶系列和雅哈咖啡等饮料中所谓的奶成分是植脂末,含乳量很低。“植脂末主要的成分是氢化植物油,而氢化植物油是有危害的。”

据了解,氢化植物油能延长糕点的保质期,还是良好的润滑剂。但同时也是人体无法吸收消化的油脂,会降低胆固醇,升高坏胆固醇,促进动脉硬化,诱导血栓形成,心脏病的危险就会大幅度上升。

记者近日走访市场发现,瓶装奶茶饮料几乎是每一家主流饮料厂商的必备产品。但是,依以往惯例,统一美、立顿等多个品牌则大战方便杯装奶茶市场,竞争日趋白

热化。只是其中的乳含量普遍不高,以统一阿萨姆奶茶为例,其产品的外包装上显示,新西兰奶粉添加量≥1.0%、印度红茶叶添加量≥0.5%、反式脂肪酸0g。

“基本市面上所售奶茶都是这个比例,奶茶不属于乳饮料,因此不能用乳饮料的标准去衡量它。但奶茶基本不含奶,也毫无营养,至今还是一个消费盲点。”中国农业大学食品学院营养与食品安全系副教授范志红表示,“无论路边摊现场制作的奶茶、饮料企业的瓶装奶茶还是粉末状可冲式奶茶,基本上都是没有添加奶的,和内蒙古所产的奶茶营养价值没法比。蒋爱民内蒙古奶茶是咸味的纯天然奶茶,只添加牛奶、奶油和茶。而现在在市场所售的奶茶则是最早从台湾引进的,是用奶精、香精和茶等勾兑的,只能起到口感好的作用,含奶量尤其是路边摊所售奶茶连1%都没有。”范志红向记者介绍说。

(据人民网)

成品油零售价上调在即 个别地区限量销售柴油

□魏书光

国内成品油零售价格调整在即。随着三地(布伦特、迪拜以及辛塔)原油移动变化率超过4%,成品油调价窗口已于2月16日全面开启。全国各地汽柴油销售单位都已开始上调零售价格,大部分地区柴油价已高于批发限价,个别地区甚至限量销售柴油。

分析人士预计,本轮调价周期较长,截至目前已是第65个工作日,故推迟时间不会太长。但是,依以往惯例,调整日期有可能在元宵节过后兑现。据卓创资讯测算,此次价格上涨的幅度约在350元/吨至400元/吨,折合93#汽油上调0.27元/吨至0.31元/升,0#柴油上调0.30元/吨至0.34元/升。

根据多家分析机构数据显示,截至2月15日,三地原油移动变化率超过4%,已经符合上调成品油价格条件。东方油品数据库监测显示,截至2月15日,布伦特原油现货、迪拜原油和辛塔原油评估价平均为115.533美元,三地移动平均值112.81美元,三地原油变化率为4.184%,业已“破4”,并且满足一切调整条件。

2月15日,适逢美国总统日,纽约原油期货商品交易所休市。金银岛分析师韩景媛认为,当前对于三地原油移动变化率而言,最新22日移动均价位于114美元/桶至115美元/桶,替换此前108美元/桶至109美元/桶,之间价差6美元至7美元,故与基准价108.376美元/桶对比,其整体变化率将不断攀升。

卓创资讯分析师胡慧春认为,成品油调价标准已经全部符合,但受春运影响,以及元宵佳节将至,预计本轮成品油价格上调将延迟几日。东方油气网分析师程瑞峰表示,油价上调可能会暂缓几日,但是各地情况看,销售单位已经开始陆续上调价格,等待调价的来临。

据了解,受国家发改委上调成品油价格预期的影响,全国各地中石化、中石油等主营销售单位都已开始上调成品油销售价格,幅度约为50元/吨至200元/吨不等,大部分地区柴油已高于批发限价,个别地区甚至限量销售柴油,预计近期在调价尚未落定之前,价格仍将面临一轮上涨行情。

(据《证券时报》)



春节期间,鸡公山酒业一行人分别看望慰问了浙河区、平桥区的部分五保老人、特困户、残疾人以及退休职工,同时为他们送去大米、食用油、慰问金以及公司产品,并与走访对象促膝谈心,详细了解他们生活和健康状况。图为鸡公山酒业营销总监李万山看望困难户时的情形。

易续震 摄



日前,我市又添一家美食乐园,即上品港式餐厅在万家灯火天润广场五楼盛大开业。开业当天,生意就十分火爆,市民纷纷进店尝鲜。据了解,上品港式餐厅是一家中西精品小炒和水果捞的连锁餐厅,服务优质。

易续震 摄

中消协:2012年苹果公司产品售后服务投诉率高

根据中消协近日提供给中国新闻网财经频道的2012年全国消协组织受理投诉情况分析显示,2012年,全国消协组织受理涉及家电售后服务问题的投诉23436件,占家电投诉总量的18.6%,仅次于对质量问题的投诉。

中消协表示,家电售后服务水平参差不齐。近年来,各级消协组织针对部分家

电行业售后服务中存在的平等格式合同条款进行了调查点评,引起社会高度关注,特别是2012年点评苹果公司服务条款的活动更是得到消费者的强烈认同。

据不完全统计,全国消协组织2012年受理苹果公司产品投诉2170件,其中涉及售后服务的投诉占25.6%,高出家电全行

业平均水平7个百分点。

中消协举例指出,在校大学生王某的父亲从香港给她买了一部Iphone4手机。不到一个月时间内,手机屏幕显示出现时有时无的情况。当她拿给苹果授权维修点服务人员时,服务人员告知如果事先没有电话或网上预约不能提供服务。第二次因学校有课,她比预约时间晚到了半个小时,服务人员告知过时不候。第三次她按点到了,可服务人员称,由于她的手机不是在中国内地购买,不享受内地的保修服务。

(据中国新闻网)

节后水果零售遇冷 商家期盼元宵节

春节期间,对水果的消费是爆发性的。但正是年前的透支消费,导致年后的水果生意一落千丈。有水果店老板透露,这样的状态要持续到元宵节才会好转。

节后水果零售遇冷

春节期间,水果是必备的年货之一。杭州果品批发有限公司副总经理石新友说,春节期间有大量的消费者直接进入市场购买。其中,砂糖橘受天气影响,不易保存,销量不如去年,而比较好保存的芦柑销量不错。“进口车厘子一直是老百姓所喜爱的,有档次又好吃,正好迎合春节的购买需要,砂糖橘、芦柑、西柚、苹果等节日传统水果销量也不俗。”

而昨日,记者在三里亭小区一带的水果店看到,这里已经不见年前的热闹景象。

“红富士7元两斤”、“芦柑1.98元/斤”,就算老板打出了最低价,但还是没有一个顾客。老板娘告诉记者,初一到现在他们每天都开门营业,可是几乎没有生意。

无独有偶,兄弟果业的洪老板说,年前车厘子、芒果、山竹等水果卖得很好,而年后生意清淡。他只只好适当缩短了营业时间。

鲜丰水果连锁品牌董事长韩树人向记者透露,相比之下他们门店的零售还行,“国产的水果中,阿克苏苹果、香梨、砂糖橘、草莓等很畅销,进口的则是车厘子唱主角,元宵将近,估计销量会进一步好转。”

从门店到网店 水果商探索新销售渠道

对于懒人一族来说,即使是家门口有水果超市,也不愿意出大门一步,更习惯

节后旅游报价降幅高达六成 旅行社力推优惠活动

□杜萌 曾蔚彬 陈韵欣

春节黄金周刚刚结束,有意节后出游的市民已在筹备计划。日前,记者走访市内各大旅行社发现,节后出境游、国内游产品已经全面上市,应季玩法多姿多彩。相比春节期间的报价,团队游、自由行等产品下调最高达六成,尤其是海岛游降幅最显著。业内人士提醒,节后“抄底游”性价比最高。

节后上班的人多了,许多旅行社的出游报价都出现大跳水,加上多姿多彩的玩法,令不少市民大呼“心动”!

旅行社力推优惠活动

普吉岛多人立减最高优惠3200元,毛里求斯“买一送一”,韩国游“全年抄底价”四人出行一人免单。澳大利亚游不到万元,“心动游中国”立减500元……在一个旅游网上,记者看到了上述优惠促销线路。随着春节黄金周预订的结束,旅游网站和旅行社纷纷推出极具吸引力

的优惠活动,节后部分线路价格甚至达到全年最低。

春节期间火爆的海岛游报价,节后“跳水”最明显。比如,一条广州出发、入住五星豪华酒店的三亚三日自由行,春节高峰期间起价4000元以上,节后下降到1500元起,降幅达六成以上。热门的马尔代夫线路节后至少便宜了八千元以上。2月底,广州出发的马尔代夫自由行报价最低六千多元起。

“节后旅游市场进入传统淡季,价格进一步下降,不少线路达到了全年最低价,一些火车团起价甚至不到千元。旅行社还联合航空公司、酒店、地接社等推出很大的优惠促销活动,加上应季特色玩法众多,此时出游性价比最高。这种局面将于“五一”前夕结束,有意出游的市民不妨抓紧机会‘抄底游’。”广之旅市场推广中心总经理温前说。

赏花节庆游 汇聚三四月

据了解,从2月中下旬开始,全球多个国家

和地区的特色应季玩法可谓“一浪接一浪”——3月初去台湾赏樱花,3月中下旬到荷兰赏球茎花,4月初到土耳其赏国花郁金香,到加拿大花园城市维多利亚赏精致花景,都是赏花游的热门之选。同时,进入秋收季节的澳洲有芭萝莎美酒节、悉尼的皇家“澳”妙嘉年华、还有埃及的太阳日等都让人心动不已。

记者了解到,受“一节淡三城”的市场规律影响,以往选择节后出游的市民,通常是一些对价格比较敏感、时间较为充裕的经济型游客,而旅行社当期推出的产品,则通常是常年销售的常规产品。

但近年来,这种情况正逐渐发生转变。传统的节后旅游淡季,成为“年假一族”错峰出游的黄金时期。为吸引这类客源,不少旅行社挖空心思,不但团费价格因机票及酒店预订等费用迅速回落而相当“给力”,还针对不同旅游目的地,增加了各类应季特色玩法,提高行程含金量,使游客玩得更尽兴。

□刘长忠

中国消费者协会2月19日上午在北京发布数据称,2012年中国消协组织共受理消费者投诉543338件,解决505304件,投诉解决率93.0%,为消费者挽回经济损失5.6843亿元人民币。

统计数据显示,2012年投诉中,质量问题占51.6%,售后服务问题占14.2%,营销合同问题占10.6%,价格问题占5.4%,虚假宣传占2.0%,安全问题占1.7%,假冒问题占1.3%,计量问题占1.4%,人格尊严问题占0.3%。与上年同期相比,属于质量、计量、价格、合同性质的投诉,占投诉总量的比重有所上升。

2012年,商品大类投诉中,家用电器类、服装鞋帽类、食品类投诉量居前。交通工具类和服装鞋帽类的投诉占比同比均有所上升。服务类投诉比重继续呈上升趋势,由上年同期的33.2%上升到34.0%。其中,销售服务和互联网服务投诉量及投诉占比同比增幅较大。

分析结果显示,2012年商品投诉中,通讯类产品、服装、食品、视听产品等投诉量居前。其中,视听产品的投诉量同比增长33.1%,由2011年的15795件增加到2012年的21016件。服务投诉中,投诉量居前的是媒体购物、移动电话服务、网络接入服务、美容美发等。值得关注的是,交通运输中的航空服务投诉量同比增长51.4%。

(据中国新闻网)

中消协:多数儿童用品投诉与质量和安全有关

根据中消协近日提供给中国新闻网财经频道的2012年全国消协组织受理投诉情况分析显示,2012年,全国消协组织受理儿童用品投诉4038件,同比略有增长。

其中,涉及质量问题的投诉占69.8%,特别是在婴幼儿奶粉投诉中,78.2%的投诉与质量问题有关,远高于对其他类别商品的投诉比例。在质量问题中,消费

者反映的奶粉中含异物、变质、结块等情况相对较多。

中消协指出,在受理的426件儿童玩具投诉及197件儿童车投诉中,超过一成的投诉涉及安全问题,出现安全问题或存在安全隐患的比例也远高于对其他类别商品的投诉比例,防范儿童用品的质量安全风险需要全社会的共同努力。

(据人民网)

家具以旧换新政策 2013年将延续执行

日前,北京市政协委员、市商务委副主任申金升表示,家具以旧换新、信用消费等将成为未来北京市鼓励消费的方向,这其中,在去年成功试点的家具以旧换新将继续执行。

“家具以旧换新政策什么时间执行、具体采用何种方式补贴正在研究当中。”申金升表示,由于该项政策牵涉到财政补贴等内容,因而政策细则如何执行需要进一步研究制定。

为拉动消费,继家电以旧换新之后,北京促消费政策再加码。去年11月,家具以旧换新在居然之家、红星美凯龙、蓝景丽家、城外诚家居广场和集美家居居启动试点。试点一个月结束后,市商务委公布的结果显示,在实施新政策30天的时间里,试点销售的5家企业完成了以旧换新销售额1.5亿元,家具以旧换新销售额占同类家具总销售额的26.3%。

当时,在为期一个月的试点过程中,异地回收、退货与开发票等环节也被家具以旧换新试点企业通过实地操作逐步破解。对于异地回收问题,居然之家方面表示,为破解这道现实问题,居然之家方面要求卖场所有参加以旧换新的厂商都提供低于市场价的回收服务。同时,针对退货问题,试点家居卖场表示,如果参加以旧换新后对家具退货,顾客须退还10%的补贴款。试点门店还规定,要求由卖场开具的发票必须在一夫之内开出,由家具厂厂商开具的发票必须在三天之内开出,保证不影响消费者领取补贴。业界认为,上述环节的打通,为家具以旧换新的政策延续提供了支撑。

在家具以旧换新试点结束后,由于促消费作用明显,居然之家、集美家居、红星美凯龙、城外诚家居广场、蓝景丽家等试点商家,均表示将继续支持消费者5%的以旧换新补贴。

除家具以旧换新外,申金升还表示,未来北京还将通过鼓励信用消费模式继续拉动消费。市政协委员、中国人民大学国学院副院长袁国兴喜悦说,“目前信用消费市场潜力大,北京可以创新性发展思路,挖掘适合自身市场发展的信用消费产品”。

(据中国家具网)

“银发族”青睐国内包船包列

旅行社大规模包船、包列、包机的举措,往往出现在游客人数多、交通资源紧张的旅游旺季,而市内部分旅行社却“反其道而行之”。记者从一旅行社了解到,该社将于3月旅游淡季大举推出西藏包列、黄山包列以及两趟三峡包船。

“近年在节后出游的‘银发族’人数增长迅猛,成为重要的出游‘主力军’。包船包列产品性价比高,服务到位,最能满足长者的需求。面对庞大的市场需求,我们首次在淡季集中推出大规模包船包列产品,极大地提高游客的可选择度。”广之旅出省游中心总经理朱奕说,“由于长者时间相对充裕,他们钟爱‘两点一线’的慢旅游。旅行社更升级了包列线路的舒适度,如最低价仅收3099元的西藏专列配备专业医生、随团赠送红景天保健药品等,让长者出游更舒心。”

(据《广州日报》)