

我市“开学经济”骤然升温

本报讯(记者 马依帆 王洋)随着开学日子的临近,学生们开始忙着为新学期采购“新装备”了。昨日,记者走访我市超市、批发市场发现,学生族庞大的消费需求使“开学经济”骤然升温。

在东方红大道的两家超市内,文具被摆到了显眼位置,部分书包和文具盒被贴上优惠促销标签,不少家长和小朋友正在挑选。在申泰批发市场,不断有学生和家长前来选购,各个文具店老板也都忙得不亦乐乎。据一箱包店老板张女士介绍,开学前一周的时间是销售旺季,连批发带零售,营业额要比平时翻上几番,往往会创下一年中的最高销售记录。

“书包拉杆的受欢迎,文具新奇的最好卖。”文具店老板张九鹏告诉记者:“现在的学生个性化需求比较强烈,文具越卡通越新奇,学生们就越喜欢,自然就卖得好。”记者发现,货架上的文具外形确实越来越炫,功能也越来越多,不少文具设计得很像玩具,比如挂上各种玩偶的笔袋,可以活动手脚的卡通形象圆珠笔、封面精致的笔记本等。当然,这些文具也都价格不菲,一个笔袋动辄就得一二十元。

申泰批发市场的箱包店商家表示,这几日,光顾最多的就是小学生和大学生,书包的销量也是非常可观,而拉杆成了箱包店里的热门咨询词汇。即将报到的大学生购买拉杆箱,很多小学生则让家长购买拉杆书包。

链接 » 相关新闻

“开学经济”升温 商家发力抢“蛋糕”

□刘华玲 姚昭

随着开学时间的临近,一年一度的“开学经济”急速升温,各商家也纷纷发力,欲争夺这个巨大的“蛋糕”,从而掀起了新一轮的开学消费热潮。

商超抢滩开学市场

昨日,记者走访市内多个商超发现,开学已成为商家的新卖点,大家纷纷趁着开学季打起了促销大战。

“开学升装全攻略”,在工人文化宫附近一大型超市,醒目的招牌将众人的眼光迅速引向专门开辟的开学专区。

只见,五彩斑斓的书包、笔套等学习用品被摆放在了最醒目的位置,并配以“实惠不间断”等促销标语,吸引众多家长和学手下手购买。

“这款大礼包,除了有书包,还送书套、

文具盒、彩笔和便条夹呢!”促销员正在热情地向一位中年女士推荐着。

中商平价黄石店里,“开学淘宝节”也正如火如荼地开展着,除了学习商品做促销和打折活动外,其他生活用品也加入到了促销“大军”中来。

一年一度的“开学季”,商场也迎来了消费热潮。“在刚刚结束的一轮‘开学季促销’中,周末的销售额比平时翻了一倍,其中,学生消费占比在四成左右,主要集中在学习用品、箱包、手表、手机、眼镜等方面。”金虹大厦企划经理张凯说。

准大学生青睐数码“三件套”

“你开学,我却放假!”“凭高考准考证或录取通知书,送200元套餐服务”……昨日上午,记者在黄石数码广场看到,开学促销战正打得火热,市民的消费热情自然也不减。在一楼的某品牌电脑展区,谭女士夫妇正

带着儿子看笔记本电脑。她说,电脑早就已经是家里的生活必需品了,即将步入大学校园的儿子更是离不了。记者从她的清单上看到,除了笔记本电脑,手机、数码相机也是作为必需品列在最前面。

苏宁电器新百货店也早从8月中旬开始,就做起了“全网比价”、“你看电影我报销”等促销。店长杨晓东说,近半月以来,3C类商品的日销售额较去年同期增长200左右,其中,学生的消费占比在六成以上。手机、电脑、数码相机,这数码三件套是准大学生的必备装备。

开学消费量力而行

开学前夕,学生集中采购新装备,商家借机促销拉动市场销售,这自然无可厚非。

不过,采访中,有销售员表示,销售现场,有的学生看中了某款高端产品,家长虽然面露难色,不过,最后还是付款了。不过,对于这类现象,相关业内人士表示“不可取”,开学消费量力而行,家长对于孩子的需求不要有求必应,应该根据家庭消费能力理性选择相应的商品,同时,还要尽量引导孩子形成健康的消费和理财观念。而作为学生来说,也应端正心态,不要有攀比之心,盲目追求品牌和个性,在消费方面,要量力而行。

本报讯(记者 刘方)近期,随着不少高考生陆续收到录取通知书,举办一场庆祝金榜题名的升学宴,成了眼下最热门的话题。记者发现,临近开学,很多酒店都在门口的醒目位置推出了“升学宴”的优惠活动信息。不少市民认为,举办升学宴没有必要攀比,理性消费才是最为关键的。

酒店包桌花样多

昨日,记者在北京路、民权路、五星路等多个地点都发现,几乎所有的酒店都在主推“升学宴”,经过询问,很多酒店近期的预订都很火爆。在北京路上的一家餐馆,大堂服务人员告诉记者,以前8月、9月都是生意淡季,但随着这几年升学宴受热捧,现在这两个月也成了他们的忙季。记者在这里看到,酒店推出的“前程万里”、“大鹏展翅”、“金榜题名”等包桌升学宴,价位从666元到1088元,千元以下的宴席最受欢迎。据这家酒店服务员介绍,8月的生意最好,来办升学宴的客人大部分预订的都是5桌到8桌,特别是双休日,有时候是两三家赶到一起,楼上楼下的大厅都能坐满。

庆祝升学也可换种方式

应届生小张今年考上了北京的一所重点大学,在拿到录取通知书的第二天,她的家长就开始策划张罗宴请亲戚朋友了。宴请当天一共摆了9桌,菜肴丰富,但是小张一口也没吃上,一上午都忙着跟在父母后面敬酒致谢了,再加上亲戚长辈们长篇的夸奖赞美,让性格内向的小张有点晕头转向。“庆祝升学是人生新阶段的开始,如果让我自己安排的话,我会选择用这些钱做一些有意义的事,比如跟朋友去旅行,或者早点去北京找个兼职,早点接触社会。”小张说道。

千元以下宴席最抢手

市民办升学宴选饭店,说到底最关注的仍是宴席价格。记者在采访中发,多数饭店报出的宴席价格基本与去年持平。“我专门问了朋友去年办一场升学宴花了多少钱,今年我再去这家饭店一问,一桌菜的报价和去年一样,菜品是不是换了就不太清楚了。至少这样看来,今年定价不算高。”市民陈先生告诉记者,他选中的一家饭店的10人一桌的升学宴,每桌488元,包括4个凉菜和12个热菜,分量足够多。总体看来,单桌价格在500元至900元,千元以下宴席最受欢迎。不少饭店不再预设最低消费价钱,也不限定所谓588元、688元套餐价格,全部实行顾客点菜。点多、吃多少、花多少,统统由顾客决定。

专家支招

专家带您选餐饮具

□王每文

问题吸管三招辨别

现在吸管的种类很多,例如珍珠吸管、尖嘴饮料吸管、匙羹吸管、艺术吸管等,正规的吸管外包装袋上除了生产许可证号和卫生许可证号外,还会明确写明产品名称、生产厂家、厂址、生产日期及保质期,标明吸管的材质、耐热、耐冷温度。董金狮提醒,除了警惕颜色过于艳丽的吸管外,还可以按照三个步骤辨别问题吸管。首先是要看吸管的外包装有无QS标志;吸管内如果没有黑点、杂质或破的气泡等都是不合格产品的特征。其次要闻,在吸管未接触饮料前要闻一闻有无刺鼻的异味,如有异味,说明可能是问题吸管。最后是捏,如果捏一下吸管就扁了,没有弹性,那就说明该吸管是用比较薄的材料制成,质量较差,在使用过程中会很容易被吸扁。

在选购吸管产品时,专家强调消费者关注标志。按照《聚丙烯饮用吸管》国家标准相关规定,一次性塑料吸管属于食品相关产品,生产企业必须获得质监部门颁发的食品相关产品生产许可证。

征集线索

如果您了解消费行业的侵权内幕;如果您的合法权益遭受严重侵害;如果您有成功的维权经验与我们分享……请与我们联系,让我们携起手来,共创消费者权益保护事业的美好未来。

联系电话:13803769176 13849725293
电子信箱:xyrbsm@163.com
商贸新闻部

保健枕治疗作用忽悠成分大

□吴铭

现代社会高度快节奏,随着工作和生活压力的加大,越来越多的人出现了不同程度的睡眠不足和过度劳累的情况。改善睡眠环境是众多人已经意识到并迫切希望改善的社会问题。

保健枕是指有一定保健作用,可以起到舒缓神经,镇静安神,保护颈椎等作用的健康型枕头。市面上的保健枕名目众多五花八门,玉石枕、慢回弹枕、决明子枕、木棉玉肤枕、太空枕等,众多选择让顾客挑花了眼,这些所谓的保健枕是名符其实还是在玩概念?如何选择适合并有效的产品?

保健枕分为材质保健枕(如慢回弹、记忆枕、太空枕)和内充保健枕(如决明子、薰衣草)两类,而且大都价值不菲,比较高端的一些材料竟卖出3000元左右的高价。例如一款采用纯天然乳胶和生态能量合金制成的枕头,据说能持续释放对人体有益的负离子和远红外,从而改善睡眠质量,但使用之后,称赞的消费者甚少,大都说只是感觉

舒服点,并未体验到有改善睡眠的效果。无独有偶,还有标价300多元的薰衣草美肤枕,标称“纯植物并用独特工艺处理,通过中医芳香开窍原理,可以让使用者吸入药味,从而促进睡眠。”

对于林林总总的保健枕,工商部门强调,如同保健品就只能起到保健作用一样,保健枕也只能保健,根本起不到治疗作用。从理论上讲,虽然舒适的床上用品可以帮助入睡,但这与商家大肆宣传的治疗失眠是两回事。据介绍,目前还没有一家权威机构宣称可以用某种床上用品治疗失眠。因此,消费者要尽量保持理性购物心态,不要盲目追求价格高昂的产品。

虽然保健枕的保健功能微乎其微,但是,一旦有些过敏体质的人,用了不该用的药枕,就可能引发身体过敏,严重的甚至会导致使用者皮肤组织大面积脱落,造成肾衰竭,威胁生命。而且,填充药物的保健枕,很容易受潮发霉,药物霉变后,药性也会发生转变,这也极有可能给使用者带来麻烦。

声明

●兹有信阳市浉河区公安消防大队一宗位于信阳市浉河区申碑路119号的土地,面积为6280.3平方米,其土地使用证(证号:信市国用[2000]200347号),因不慎丢失,特声明作废。

●兹有河南海谊园林有限公司三级资质证书副本二本(证号:豫建园信企资20068-01和20068-02),因不慎丢失,特声明作废。

●兹有李秀莲所有的房屋坐落于信阳市浉河区申碑路金杯花园3号楼A座1单元5层1号,房屋所有权证号为信房权证浉河区字第029756号,为混合结构1套,建筑面积85.69平方米,因不慎丢失,特声明作废。



“源于意大利的香醇,品质表达一切,只为等待的你”。位于天润商场5楼的信阳首家古格里咖啡店,以其高品质的咖啡、各具特色的饮品、富有创意而温馨的空间,吸引了众多时尚人士在这里聊天约会,放松心情,忙碌中寻找一份慢生活的情调,一片心灵栖息之地,成为我市时尚消费新潮流。图为咖啡店一角。 本报记者 秦旭 摄

市场走笔

让人情归人情,消费归消费

□罗容海

只有坚持敬意的内核和礼节的规范,人情才会与“消费”二字相去甚远,真情实感永远比礼品更能展示敬意。中国是个讲“人情”的国度。在人情方面做得好,会被赞为“人情练达”或“有人情味”,而人情方面做得不好,则会被斥为“不懂人情”或“不近人情”。古往今来,“人情”观念被一再推崇,“人情”文化源远流长。但是,随着人民生活水平的提高,商品经济思维日益影响思想领域,当下的“人情”渐渐失去了淳朴的感情支撑,渐渐突破了礼义的约束和界限,正成为一种冷冰冰的消费品,且有不涨船高、日益泛滥之势。“人情消费”大行其道,几乎令人习以为常。

于是,有人收入微薄,却被人情绑架,陷入礼金困境;有人“以其人之道,还治其人之身”,千方百计制造各类庆典,以便一举两得;有人故意抬高礼金,显示自己出手阔绰,背后却不愁对方不“加倍偿还”;更有不法分子借“人情世故”之名,行索贿和贿赂之实。其结果就是,庆典越来越多,礼金越随越大,情感却越来越冷淡,人情越来越不单纯,送礼之人不堪重负,也不厌其烦。人情,正在背离它美好初衷的路上越走越远。

人情贵敬。表达敬意有很多方式,不唯礼品丰厚。发自内心的真情实感,永远比外在的礼品更能展示自己的敬意。孔子说:“礼,与其奢也,宁俭;丧,与其易也,宁戚。”对包括丧事在内的一切礼仪来说,内在

的情感永远比外在的形式更重要。

人情有节。情可以使生活变得更加绚烂美妙,但一旦泛滥,亦能造成许多不理性的后果。所以,人情亦须有礼有节。“礼者,理也。”没有理的约束,人情容易流于偏私,礼亦可能变形。

只有坚持敬意的内核和礼节的规范,人情才会与“消费”二字相去甚远。消费是一种计算投入和产出的趋利的经济行为,人情则是计较回报的义举的情感表达。要使人情重返质朴的感情取向,就必须让“人情归人情,消费归消费”,祛除其趋利的交易思维。

事实上,在百姓日常生活中,人情方面的付出具有较强的自我约束力和稳定性。推动人情付出时形走高的主要动力,很大部分还是来自商场和官场的情感思维,把商业交往和权力交易的思维带入人情之中。希望党员干部和先富起来的人们,切实履行自身的社会责任,带头树立简朴和谐的风尚。

消费者:价格涨质量也要涨

本报讯(记者 刘方)近日,国内不少城市纷纷传出多品牌液态奶涨价的消息。昨日,记者走访我市多家超市发现,国内液态奶两大巨头蒙牛、伊利的多个系列的牛奶已经悄然涨价。

在新玛特超市,记者看到,蒙牛特仑苏牛奶一箱由人夏前的58元涨到了62元,特仑苏有机纯牛奶一箱也由原来的68元涨到了73元,涨幅在7%以上,蒙牛真果粒单瓶从3元涨到了3.5元,涨幅超过16%。另外,伊利CFF舒化奶一箱从49.8元调整为55元,涨幅超过10%,伊利金典纯牛奶和有机纯牛奶也都涨了5元,现价每箱分别为63元、73元。随后,记者走访了和美、沃尔玛等多家超市,发现这两大品牌的牛奶都已普遍调价。

和美超市一位销售人员告诉记者,本月中旬就收到了厂家关于涨价的通知,考虑到消费者接受需要一个过程,超市20日以后才作出价格调整,但从这两个品牌的销量来看,并不比涨价前少,调价后如果顾客购买的量比较大,还会送礼品。

在采访中记者发现,针对液态奶“涨势一片”的现象,大多数市民对此反应淡定的同时

也有几分无奈。“像伊利无菌枕这样的平价牛奶,以前一袋2.2元,现在涨到2.5元,这样算来,一个家庭每个月喝牛奶就得多支出不少钱。”正在选购牛奶的市民齐女士说。市民陈先生站在蒙牛特仑苏有机纯牛奶货架前犹豫了一会儿,最后还是买了一箱,他说:“厂家要涨价,消费者也没办法,只能希望厂家在涨价的同时,质量也要涨,才能对得起这个价钱吧。”

链接 » 相关新闻

国产牛奶吹“涨价风” 奶业专家称其是“垄断”

□忠实

由于前不久新西兰奶粉被检出致命细菌而遭中国停止进口,并接受中国反垄断史上最大罚单,价格已平静许久的国产牛奶近期趁其在广州等地吹起“涨价风”。有奶业专家斥责其为“垄断”。

提前结束促销季

在北京昌平区某物美大卖场的液态奶区,记者了解到,该超市的促销季原定将持续至中秋,但如今已提前结束。据导购介绍,各种国产品牌的液态奶已经恢复原价,比如蒙牛200ml的核桃味百利包,在促销季一箱的零售价为22.6元,现恢复为30.6元。三元200ml百利包,在促销季每箱售价为27元,现调整为原价28.8元。现代牧业250ml鲜奶,在促销季里买了一箱赠一箱,现调整为买一箱赠三包。其他国产品牌液态奶的价格也均有不同程度的调整。

记者随后致电蒙牛和伊利公司询问是否存在价格上涨之事,蒙牛答复称,并未接到公司涨价通知。伊利答复称,由于各销售网点存在价格差异,价格有限浮动的情况是存在的。

预料之中的垄断

其实,国产奶如果近期涨价也是早在预料之中的事。今年3月份资深乳业专家王丁棉就曾预言,国产奶下半年或将涨价。他当时认为,新西兰干旱减产是一种提价的借口,但最终决定奶粉成品的并非原材料一时的涨跌,更多是生产经营的策略以及企业对利润目标的设定。他指出,一罐新西兰进口的900克奶粉,

无论原料多贵,计算运费、关税在内,到岸价极少有超过100元的。新西兰奶粉每吨低到2000多美元的时候,也未见国内奶粉企业主动降过价。而对于奶粉涨价的报道,雀巢公司内部人士表示,由于雀巢主要采用国内奶源生产奶粉,所以新西兰奶粉价格大涨对公司奶粉成本影响不大。而伊利集团内部人士表示,目前人工费用、物价、运输等各种成本都在上涨,未来是否会因新西兰奶粉的禁令而大幅上调国内奶粉价格仍是个未知数。

张沅一针见血地指出:“如果发生大范围涨价,说到底都是垄断行为。”中国农业大学教授、中国奶业协会副理事长张沅对于近期有可能发生的国产奶涨价持反对态度,他说:“无论涨不涨价,中国奶比世界上任何国家的奶都贵,这实在是一种价格的混乱和无序。”国内乳企在收购时的价格都是4元多一斤,而收购后又没有进行太多的加工,却卖了很高的价格,这完全是垄断行为。市场上稍微有风吹草动价格就会跟着涨,这说明现在奶业市场价格是无序状态。

张沅表示,他从根本上十分反感所谓的“高端奶”,这些高端奶从原料到工艺与普通奶没有任何区别,里面没有任何特殊的营养成分,只是在打概念牌,比如特仑苏,标榜自己的蛋白含量高,称普通奶的含量为3.0,而特仑苏可达3.3,但实际上自己只是用了冈萨维就达到了。又比如金典,标榜自己是有机奶,但目前国家对于有机食品的认证其实是很严格的,比过去的绿色认证还要严格。他认为所谓的有机奶完全是伪概念。

拍卖公告

受有关单位委托,我公司定于2013年9月12日(星期四)上午10点在本公司拍卖:

●浉河区解放东路成功花园2号楼车库两间

坐于成功花园2号楼一层9、10号车库,共两间,面积均为23㎡,有房产证,按间单独拍卖。



外部实景

内部实景

有意竞买者,请于公告发布之日起至拍卖会开始前,缴纳竞买保证金3万元(以实际到账为准,若不成交,全额无息退还),接受拍卖条款的约定(具体详见本场拍卖会《竞买须知》),携有效证件办理报名手续。

展示:即日起在标的物所在地展示

联系地址:信阳市北京南路体彩广场西侧信房集团四楼

联系人:曹先生 6255006 13837673303

网址:www.xytypm.com(信阳拍卖网)

二商监督电话:0376-6380150

信阳天源公物拍卖有限责任公司