

天冷,火了羽绒服定做翻新

本报讯(记者 刘方 见习记者 韩蕾) 天气渐冷,添置一件羽绒服成了不少市民的选择,然而,随着今年新款羽绒服价格普遍上涨,定做和翻新羽绒服成了不少市民既省钱又环保的新选择。

昨日,记者走访我市多家商场发现,不少品牌的新款羽绒服价格都在千元以上,并且没有折扣。然而,在很多定做羽绒服的门店里却是另外一番忙碌的景象。胜利路的一家店里,前来测量尺寸和选购款式定做羽绒服的顾客络绎不绝,店里的3位师傅正忙着赶制半个月前的订单,相对于商场里不下千元的价格,顾客根据自己选择的鸭绒四五百元量身定做一件显然更受欢迎。

除了定做,不少顾客还拿着不穿的旧款羽绒服来改制新款,市民徐女士就是其中之一。“反正旧款的也不想穿了,扔掉了又可惜,把里面的绒掏出来,再花点钱换个新款的样式,这样既经济又划算,还用担心旧衣服没地方存放。”徐女士说。

该店老板告诉记者,从9月开始,羽绒服翻新和定做就全面开始了,好生意一直会持续到年后,通常羽绒服翻新换面的价格长款为300元左右,短款100元到200元。另外如果

家里有旧羽绒服,直接可利用,如果没有,再买一百多元的羽绒即可。记者还发现,与之前定做的羽绒服样式不同的是,今年不少店里还专门从网上搜集了时下流行的款式制成了画册,顾客可以根据模特的展示来随意挑选款式,很受顾客欢迎。

链接》相关新闻

羽绒服定制翻新猫腻多 用差面料成本不足百元

天气越来越寒冷,很多消费者都会选择在寒风瑟瑟的日子穿上羽绒服来保暖御寒。由于商场里的羽绒服动辄上千元,不少讲究实惠的消费者把目光转向了羽绒服定制翻新。在很多老小区和菜市场的门口,翻新羽绒服的加工作坊纷纷开张,花上二三百元就可以搞定。然而,翻新的羽绒服真的“物美价廉”吗?

据调查,羽绒质量差、以次充好等现象十分严重,这已然成为羽绒服定制翻新行业的潜规则。中国消费者协会指出,羽绒服定

制翻新存在三大“猫腻”。

首先,通常定制、翻新羽绒服的面料成本极为低廉,即使加羽绒,成本亦不足百元。一件羽绒服所需面料成本仅为三四十元,较为好一点的也只要五六十元一件。普通消费者单从面料的表面很难辨别其好坏。因此,大部分商家为了获取最大利润,在进货的时候,往往选用价格便宜的面料。面料差几乎成为羽绒服翻新、定制店的一个通病。

其次是含绒量低,表面上宣称含绒量达90%,实际上远远达不到国家标准。

不管什么标号的羽绒,表面上看起来都差不多,普通消费者很难辨别,但是,用含绒量低的羽绒填充的羽绒服,穿不到一年,就会钻绒、跑绒、羽绒结块,导致穿在身上不美观、不暖和等现象出现。在定制羽绒服前,商家一般都会告诉消费者,称自己用来填充衣服的羽绒纯度是“90”(含绒量为90%以上的羽绒)。但事实上,市场上用“90”羽绒的极少,国家羽绒服标准规定羽绒的含绒量明示值不得低于50%,而很多从事羽绒服翻新、定制的小店铺使用的羽绒达不到这个标准。

而且,不少小店铺所用的羽绒品质并不好,一方面是因为货源紧,好的羽绒多被品牌

商家订购,小商家很难拿到;另一方面,含绒量较高的羽绒,其售价也会相对高出许多。

再次,小店铺趁消费者不注意,偷工减料,翻新时把好羽绒换成差羽绒。大品牌使用的羽绒相对较好,因此,不少店铺就动起了歪脑筋,或在充绒时偷工减料,扣下一点羽绒,或偷梁换柱,用差羽绒换下好的羽绒。

针对上述三大问题,中国消费者协会提醒广大消费者,第一,羽绒服翻新前最好掏出羽绒自己保管,待外套加工好,再由消费者现场监督加工方充绒封口,并提前自留一些“样品”,以防出现纠纷时没有维权依据。

第二,一般穿了几年的羽绒服,羽绒上会附着一定量的细菌,很多翻新定做羽绒服的小店不具备羽绒的消毒处理能力,顾客自己最好先清洗、消毒,再填充进去。衣服做好以后最好拿到洗衣店进行洗涤和消毒。

第三,为防止“钻绒”现象出现,应选择密度较大的面料,同时要特别注意缝制时针脚要尽量小。

第四,取衣时应索要正规票据,没有票据就让店主写下相应证明,以便维权时作为证据。

(肖综)

“贺卡禁令”让年历贺卡“雪上加霜”

本报讯(记者 王洋)近日,中纪委下发通知,明确要求“各级党政机关、国有企事业单位和金融机构严禁公款购买、印制、邮寄、赠送贺年卡、明信片、年历等物品”。眼看元旦马上就要到来了,记者调查发现,受此禁令的影响,往年火爆的年历、贺卡市场今年却有几分冷清。

昨日上午,记者在年历、贺卡批发较为集中的申泰批发市场看到,不少商家早已把种类丰富的台历、挂历、贺卡样品摆在了店铺最显眼的地方,但是和旁边其他也带有强季节性特征的物品相比,台历、挂历、贺卡问津者寥寥无几,很多店主普遍反映今年生意难做。

“到目前为止我们还没有接到一笔来自机关单位或大企业的订单,往年这个时候接十来单子没问题。”一家店铺的老板告诉记者。

眼看着坐等生意上门不行,也有不少店主主动出击,向往年订购过的老客户邀单,但很多都吃了“闭门羹”。“电话

打过去,说明来意后,人家一口回绝了,主要还是禁令的影响。”销售年历、贺卡多年的批发商张女士说。

“往年这个时候我自己还有单位同事,收到的贺卡估计都有十几张了,今年一点动静都没有。”不光是年历、贺卡市场至今依然“静悄悄”,在一家事业单位上班的小陈,也感受到了禁令带来的新变化,不过在他和同事看来,这种变化很好,“在别人送的贺卡,有的连拆封都没拆过,直接扔进垃圾桶了,而且很多贺卡纸张质量很好,有的是铜版纸,有的是机制宣纸,成本应该不低,不仅浪费钱,而且造成资源浪费。”小陈说。

采访中不少市民也表示,贺卡就是个累赘,发布禁令之后反而感觉轻松了。“别人送给你,你还想着要回寄一个,一来一回,心里有负担,浪费的钱也不少。这个禁令发得好,现在都提倡节俭,政府和企业带头选择节俭的沟通方式,才能让大家真正重视节俭。”市民刘先生。



11月24日上午,由鸡公山中外书画研究院组织的“健康信阳·康佰杯”书画捐赠活动在漂亮宝贝平桥店隆重举行,书画研究院理事、春联大王宋连发先生及著名书法家曹振波先生现场挥毫泼墨,书写出数十副书画艺术作品,并将现场全部作品捐赠给我市企业及书画爱好者。图为书法家现场挥毫泼墨。 易续震 摄

人民大学与恒大战略联盟 让踢球的人都能读最好的大学

2013年11月20日,为共同培养高端体育和足球人才,振兴中国足球事业,恒大与中国人民大学、人大附中签署战略合作协议,中国人民大学校长陈雨露,全国政协常委、恒大集团董事局主席许家印,国务院参事、人大附中校长刘彭芝参加签约仪式,并分别代表各方正式签约。同时,人大附中全面负责恒大皇马足球学校教学工作,恒大足球挂牌为“人大附中恒大皇马足球学校”,意欲打造中国足球的“林书豪”。这次合作是国内迄今为止在足球培训与文化教育领域最全面的合作。

开启青少年足球人才培养新格局

据悉,恒大高标准引入国内第一、享誉中外的基础教育名校中国人民大学附属中学,双方可以根据需要选派教师、学生、足球队到对方学校进行学习、训练、比赛和交流。对应试教育观念根深蒂固的中国来说,此项抉择解决了家长所担心的基础教育问题,让孩子

学习跟踢球两不误,殊为难得。

同时恒大皇马足球学校选派皇马教练到北京三高足球训练基地进行指导和训练工作,选派北京三高足球训练基地优秀学生到足球发达国家和地区接受培训,并提供全额资助。而在北京以培养足球后备人才出名的人大附中,其队员则有希望进入恒大梯队,甚至是一线队效力。更加证明了恒大“要么不做,要做就做最好”的理念。此次合作保证了其学员在不荒废学业、不影响读大学的同时,又可获得最为专业的足球训练,从而实现体教结合、升学贯通的“双轨制”,也开创了体教合一的人才培养新格局。

两年构建一条龙教育体系

根据双方的合作内容,中国人民大学恒大足球学院办学层次为本科学历,并争取体育学硕士授予权。招生以人大附中恒大皇马足球学校学生为主,初期年度招生规模50人。在过去的其他俱乐部足球中,一般只能获得较

低的文凭,或者是向大专院校推荐入学,恒大和人大的合作让学员能够获得人大的毕业证,也揭开了中国足球的一个新的历史,解决了球员没有高文凭的尴尬。

恒大集团与中国人民大学及其附属中学达成足球与教育的全方位多层次、深入持久战略合作,尚属全球第一家。这次三方携手合作是国内迄今为止,企业与高校和中学在教育足球领域级别最高的合作。

恒大集团和中国人民大学、人大附中合作,充分利用各自优势,整合资源,创建了一个集教学、科研、训练、管理、升学为一体的现代化体教结合平台建立中国人民大学恒大足球学院和人大附中恒大皇马足球学校,培养青少年足球人才,其意义可以用八个字来概括,那就是“登高望远,培根固元”有恒大皇马足球学校高水平的足球教练团队,加上人大附中先进的教育理念,一流的教育教学管理及教师团队,强强联合,如虎添翼,必将开启中国足球后备人才培养的大门,振兴中国足球事业。(杨文阁)

迁址更名公告

尊敬的客户您好:

为建立布局合理、功能完善的金融服务环境,进一步提升本行的服务质量,根据中国建设银行股份有限公司河南省分行豫豫函(2012)645号文批复,中国建

设银行股份有限公司信阳长安路支行由信阳市长安路70号迁往商城县崇福大道中段恒座置业崇福社区,迁址后更名为“中国建设银行股份有限公司商城崇福大道支行”,网点原址业务并入信阳分行

营业部,网点原址改为信阳分行营业部。咨询电话:0376-6332300 0376-6766865

由此给您带来的不便敬请谅解,我们将不断完善服务模式,继续为您提供方便快捷、优质高效的金融服务。

中国建设银行股份有限公司信阳分行

2013年11月28日

国寿新鸿泰两全保险(分红型)

保险是一种融合了保障与投资两种截然不同功能的金融工具,既可以“雪中送炭”,也可以“锦上添花”。

如今,保险已经成为了大家生活中的基本消费品,不管你是开奔驰还是骑自行车,无论你是大企业还是普通打工者,都会或多或少地给自己、家人或员工买点保险。然而,面对市面上琳琅满目的保险产品,普通消费者一定会眼花缭乱。

为此,中国人寿保险股份有限公司信阳分公司精选出中国人寿正在热销的10大保险产品推荐给您,您可以

根据您的需要,选择适合您的产品。

“新鸿泰”保留了“鸿泰”(热销10年)产品原有的诸多优势,并进行了四项升级。满期收益更高,使客户的固定收益有了较大提高;保险保障更全,附加“国寿附加康友重大疾病保险(2010版)”,只需增加一份小投入即可获得20种重大疾病的高额保障;理财功能更强,增加“保单借款”功能;投保范围更广,出生30天至75周岁的客户均可以购买。

数据显示,中国人寿去年销售的前5大产品中,排名第一的是新鸿泰两全保险,保费规模为584.32亿元。

投保举例:赵先生,30岁,为自己投保国寿新鸿泰两全保险(分红型),10年交费,年交保费1万元,10年满期,赵先生可获保险利益如下:

生存至年满40周岁的年生效对应日,即可获得满期保险金106800元,合同终止。保险期间内,赵先生还可获得累积红利收益。如果赵先生不幸于合同生效之日起一年内因疾病身故,将获得身故保险金10000元,合同终止。如果不幸因前述以外情形身故,可获得身故保险金106800元身故时的交费年数,合同终止。

CHINA LIFE 中国人寿

讲文明树新风 公益广告

中国精神 中国形象 中国文化 中国表达

约束失信 奖励守信

企业和个人征信系统

自然人数量 8.3亿多人

年份	数量 (亿人)
2008年	6.4
2009年	6.7
2010年	7.0
2011年	7.3
2012年	7.6
2013年9月底	8.3

企业及其他组织户数 近2000万户

年份	数量 (万户)
2008年	1417.4
2009年	1575.6
2010年	1691
2011年	1009.2
2012年	1658.8
2013年9月底	1891.3

信阳日报社宣 中国网络电视台制

市场走笔

善待『上帝』与『上帝』善待

把顾客冠以“上帝”称谓已经兴起好些年,这是人类社会特别是发展社会主义市场经济的必然产物。因为市场上有消费者和被消费者存在,这两个不可或缺的主体之间的关系是相互依赖又相互作用的。目前,市场上既存在经营者危害消费者权益的问题,也存在消费者言语不道德、举止多粗暴的现象。

如何善待“上帝”?这是一个宽泛的内容。时下,假币券、假奶粉、假烟酒、假化妆品、假农资……肆虐市场,有的达到以假乱真的程度,稍不留神,你就有可能被骗被坑。从厂家而论,当你生产的高压锅、汽车轮胎、液化气罐成为“炸弹”时,这起码是侵犯了“上帝”的权益。从经营者来说,你经营的“水货”,短斤少两,蒙骗赚钱,消费者找你理论,你自找麻烦。所以,作为经营者,最起码的要讲究职业道德,倡导诚信,对人诚恳,不欺不诈,不售假冒伪劣商品,以维护消费者利益。

“上帝”如何善待?这个问题要从美学、社会学和传统文明道德中找答案。在现实生活中,公民之间虽然有职位高低、职业差异,但在人格上都是平等的。当然,“上帝”是相对的,不是绝对的。只有在社会公德的范畴之内,才能享受一定的权益。而现实生活中,有些人可能是被“上帝”的字眼宠坏了,当服务者以最大的努力、百倍的辛苦为他服务时,他真的以“上帝”自居,甚至做出了亵渎“上帝”的事情。比如,当走进商场购物时,他直挑眉毛横挑眼,贬损别人的货色,无端训斥人;因餐饮服务员不小心溅点汤汁于他物,他张口便骂,甚至动手打人……这些“上帝”自以为:别人搞服务,身价比他“小”、行业比他“贱”,欺负点把、羞辱点把没关系,谁让我是“上帝”、你是“下帝”呢!这些人虽然是少数,但有一定的代表性,这种违道义也不讲、违文明话语也不说的,起码不配为“上帝”。

其实,双方都有自己的正当权益,任何一方都不得以自身利益而贬损对方利益。如何正确摆正服务者与被服务者之间的关系呢?前几年,“人人为我,我为人人”很经典,也就是说,人们在为别人服务的同时也接受着他人的服务。但是,任何事情都要讲个“度”,“度”软了让人欺,“度”硬了则欺人。作为经营者,你要挺起腰杆,只要货真价实,童叟不欺,光光堂堂经商,正正堂堂做人。当你受到莫须有的指责和侮辱时,也无需迁就姑息,要勇敢地抗争,维护合法权益不受侵害;作为消费者,你要找准自己的位置,在认真学法、懂法、守法、用法的基础上,做到自尊、自重、自爱、自谦。当你的利益受到侵害时,也不能吃“哑巴亏”了,要敢于拿起法律的利剑,用法律来维护自己的合法权益。经营者和消费者双方只有建立在相互尊重、相互诚信、相互体谅、换位考虑的基础上,才是文明的“上帝”,才是“上帝”善待的开端。