

# 每天约230万个号码骚扰手机用户

### 骚扰电话周二最多,周日最少,51%为“响一声”电话

新华社天津电 360互联网安全中心最新发布的《2013年中国手机安全状况报告》显示,2013年,平均每天被用户标记的活跃骚扰电话号码数量约230万个。也就是说,全国平均每天有约230万个电话号码在不断骚扰全国手机用户。

这份报告指出,从时间段上看,8点至12点,16点至21点是骚扰电话的高峰时段,也是骚扰电话最为活跃的时段。以一周为观察周期进行统计,星期二通常是骚扰电话最多的一天,而周日则是骚扰电话最少的一天。

就骚扰电话分布类型来看,报告显示,2013年,“响一声”电话以51%的比例位居骚扰电话数量的首位。

从用户标记的骚扰电话号码的号段分布上看,85%为移动电话号码,15%为固定电话号码(包括普通座机号码,400、800电话号码,95开头的商务客服号码和各种网络电话号码)。从用户标记的骚扰电话

号码归属地区来看,广东、河南与山东成为骚扰电话三大发源地。

360安全专家表示,与2012年相比,2013年骚扰电话号码的地域集中度有明显降低,骚扰源有向全国各个地区扩散的趋势。造成这种情况的主要原因,可能是由于电信运营商加强了对重点地区骚扰电话号码的打击力度,从而迫使骚扰电话向监管相对薄弱的地区扩散。

## 投诉热线

您是假冒伪劣家电产品的受害者吗?  
您在商场购买商品时受到欺诈了吗?  
请拨打我们的投诉热线:  
13803769176 13503760568

## 为孩子提供一个展示自己的舞台

### 信阳天润广场“天润宝贝”才艺大赛深受市民喜爱

本报讯(记者 叶红 王婷) “我的儿子自从1月在天润广场参加了‘天润宝贝’大赛之后,信心倍增,从前练小提琴时总是让大人催促,现在一有空闲时间,自己主动要求练习,我真是太高兴了!天润广场举办这样的活动真是太好了,给了孩子一个展示自己的舞台,我们家长都非常感谢!”这是2月15日一位家长对记者说的心里话。

记者在采访天润广场策划部李经理时了解到,天润广场秉承经营者、消费者共享双赢的经营理念,商场内集品牌购物、休闲娱乐、时尚餐饮为一体,区别于传统百货,以引领时尚、引领消费、引领潮流而著称,商场以人性化的服务理念为先导,环境幽雅,配套设施先进,深受广大市民的喜爱。

记者获悉,1月份,天润广场已经成功举办了两场“天润宝贝”才艺活动,许多才艺学校纷纷推荐选手参加,众多家长积极为孩子报名,而每位参赛选手不仅展示了自己的才艺,他们现场优秀的表现也给观众带来了许多

欢乐。在现场,参赛选手们有的深情演奏,有的舞姿轻盈,有的引吭高歌,不时引得周围观众的阵阵掌声。一位跳拉丁舞孩子的家长说:“孩子真是太兴奋了,跳了两曲,没有跳过瘾,还要上台再跳。”她边说边慈祥地看着自己的孩子,周围观众都笑了起来。旁边一位家长笑着说:“你的女儿表现得真不错,她的气质好,身材好,台风正,现场发挥得也好,不去展示自己实在是太可惜了。”

据李经理介绍,2014年,为了全面提升商场品牌效应,不断升级创新,他们重策划,重布局,将于每月在商场举办一至两场“天润宝贝”才艺大赛,并于6月和12月举行总结性演出活动,家长和孩子们可以在易林舞蹈学校、金葫芦艺术培训、艺扬舞蹈艺术学校、新天地艺术学校、巴洛克艺术学校等我市知名艺术培训基地进行报名,也可以直接到天润广场报名。他表示,希望通过这样的活动逐步扩大商场的知名度和美誉度,为信阳市民带来更多的娱乐与休闲生活,为孩子们创造更宽广的发展空间。



图为“天润宝贝”才艺大赛现场。本报记者 叶红 王婷 摄

## 热烈祝贺中国人寿保障型理财新品“金如意”隆重上市

中国人寿作为副部级央企,积极响应十八届三中全会及行业号召,高举“保障型理财”大旗,将保障与理财完美结合,让保障更贴心,倾力打造新政第一险——“金如意”组合计划!该产品集投资理财和保险保障功能于一身,具有每年快速返还、养老领取翻倍、到期全额还本、高额意外保障等一系列优势。国寿“金如意”组合计划于2014年1月1日隆重上市。

一、金如意组合计划能为您带来什么?  
即交即领:保单生效后,按约定每年返还年金;  
高额保障:75周岁前享有高额意外保障;  
高额返还:60周岁前每年返还基本保险金额的100%,60周岁至79周岁每年返还基本保险金额的200%;  
快速返本:80岁生效对应日,返还所交保险费(不计利息);  
二、理财就选国寿“金如意”  
用钱如意:借款双账户、借款比例高,进一步降低融资的成本;  
生财如意:返还进万能、分红进万能,进一步提高理财的收益;  
权益如意:法定专属权、保护投保人,进一步强化保单的支配;  
保障如意:意外高额身价、理财兼保障,进一步契合投保的需求;  
三、国寿“金如意”六大亮点  
以金先生,30周岁,为自己投保国寿“金如意”组合计划,年缴保费11.21万元,5年交,金如意基本保额7040元,意外险基本保额100万元为例。  
亮点一:每年快速返还。  
60周岁前每年返还7040元,合计返还30次,共211200元。  
亮点二:养老领取翻倍。  
60岁后每年返还14080元直至79周岁,合计返还20次,共281600元。  
亮点三:满期全额还本。  
80周岁保险合同期满,返还客户所交保费50万元。  
亮点四:双账户高额借款。  
双账户保单借款,方便资金周转,不影响产品收益,提高资金使用效率。  
国寿金如意两全保险产品现金价值的90%、金账户年金保险(万能型)(豪华版)现金价值的90%(一年后允许保单借款)。  
亮点五:高额意外保障。  
针对不同情况,享受1-6倍,即100万元至600万元保障,尊享百万身价。传统卡折65岁买不到,传统意外险只能年年买,此款意外险保障至75岁,保障范围涵盖“陆海空”,三大保险期间,价格划算。  
亮点六:金账户更高收益。  
生存金、满期金、红利金均可进入金账户,实现复利增值。以85岁为例,按假定低等年结算利率2.5%(最低保证年利率)可得2534027.3元,按假定中等年结算利率4.5%可得4486416.65元,按假定高等年结算利率6.0%可得7385037.79元。



# 市工商局加强节后市场监管不放松

本报讯(记者 关心亮 通讯员 尹安伟) 为全面营造节后安全有序的市场环境,确保消费者消费安全,市工商局积极作为,突出监管重点,加强行政指导、畅通维权渠道,以开展市场巡查和专项整治为抓手,切实维护好市场秩序和社会稳定,保障好市场安全和消费安全。

突出监管重点,抓好市场巡查。该局坚持事前防范的原则,以主城区工商分局和工商所为单位,以批发市场、商场、超市、集贸市场为重点,从强化准入

入手,有针对性地开展市场巡查和专项整治行动,加强经营户主体资格的检查力度,全面清理各类违法、违规销售行为。重点检查专业市场等重点场所安全隐患、烟花爆竹经营以及打击假冒伪劣商品、傍名牌行为、整治虚假宣传等,确保市场秩序安全稳定。现已检查商场、超市、市场、食杂店等各类经营主体4435户,立案查处36起,下达行政指导书27起。

加强行政指导,抓好规范经营。对

重点行业、重点企业、重点商户进行走访,有针对性地开展行政指导和行政告诫,引导各类市场主体规范诚信经营,自觉履行进货查验、索证索票、不合格商品退市、消费纠纷解决、退货处理新规等法定义务,切实把好市场安全消费关口。同时,加强规范商场、超市、药店发布的店堂海报、印刷品广告、格式条款以及街头散发的促销广告或宣传等,对虚假宣传、误导消费等行为进行批评教育,开展指导或责令整改。

畅通维权渠道,抓好消费维权。认真落实24小时值班制度和领导带班制度,进一步强化各级单位和12315平台值班值守工作。依托“一会两站”消费维权站点和12315消费者申诉举报网络,畅通案件线索渠道,及时处理消费者投诉举报,做到有诉必接、接报必查、查必有果,切实维护好消费者合法权益。今年春节过后,市区各级12315中心共受理消费者咨询74件,接到投诉、举报案件12起,并已及时妥善处理。

## “橄榄调和油”里有多少橄榄油?

在市场上,不管是玉米油还是葵花油,还是各种食用调和油,只要上面有了“橄榄”二字,身价顿时暴涨,有的价格甚至是普通油的一倍多,不由得让消费者感觉有“挂标”、“傍名”的嫌疑,但想具体检测维权却是难上加难。业内人士称,由于调和油不公布成分比例,这意味着“橄榄调和油”或许根本不含橄榄。

### 超市:调和油有配料无比列为商业秘密

记者走访了永辉超市、大润发超市、欧尚超市等,发现目前市场上有大量的调和油,名称非常引人注目。例如五珍宝油、深海鱼油调和油、坚果调和油、多谷物调和油等等,可是在查看配料表的时候又出现了问题。

这些调和油都标出了配料,某品牌坚果油配料表中写着大豆油、葵花籽油、花生油、初榨橄榄油、山茶籽油、核桃油和葡萄籽油;某品牌五珍宝油写着葵花籽油、玉米油、芝麻油、花生油和亚麻籽油,但没有具体标明比例。

而当记者咨询销售人员是否清楚含量的时候,对方表示这些都是秘方,厂家肯定保留,但把能量、蛋白质、脂肪、碳水化合物、钠等营养成分的比例写出来了。

### 经销商:原料油加啥叫啥愿贴高档品

“其实各种油品的原料油都是一样的,只是装在不同的桶里贴上不同的标签。”一家销售食用油的店铺老板透露,至于叫某某油,是在于添加了什么东西配比如何而已。而“名声效应”是价格体现最重要的,这里包括这桶油是哪个品牌哪个大厂家出的,还包括里面有什么珍稀成分,例如深海鱼油、海参油等等,和比例多少关系不大。就是说“橄榄调和油”可能根本不含橄榄。

“谁不愿意靠名品近一点呢,这样,不但引人注目还能提高档次。”一位经销商表示。

以某品牌深海鱼油调和油中配料表为例,上面写着大豆油、菜籽油、花生油、鱼油、芝麻油和食品添加剂,可见鱼油未必是最主要的,但整个产品却将“鱼油”提炼出来放到产品名称上,并且打出“深海鱼油”的名号。

### 检测方:只能检测指标及营养不含成分

既然是这样,能不能通过检测来帮助消费者维权?记者以消费者的身份咨询了辽宁省有关检验中心,该中心工作人员解释,他们并不接受个人检测,而是接受有关部门检测任务,且粮食方面产品较多,油品相对少一些。

当记者咨询另一家监督检验中心时,其工作人员表示他们确实可以接受个人送检,但是主要是按照食用油标签上标注的国家标准而检测重金属等指标是否超标,而不能检测里面有什么成分(例如深海鱼油)。

业内人士介绍,由于尚未制定出统一的食用植物调和油标准,更没有对调和油配料比例作出统一要求,目前各个企业采用和执行的都是企业标准。专家呼吁调和油尽快公布配方比例。

(据《消费日报》)

责编:关心亮 审稿:陈晓军 组版:孟臻



近日,息县工商局、县消防大队、县安监局、县公安局集中行动,对辖区内公众聚集场所、主要干道销售孔明灯(许愿灯)的商户,依法进行取缔查处,共收缴孔明灯1000余只,价值5000余元,从源头消除安全隐患。图为执法人员对收缴的孔明灯集中销毁。

王阳 摄

## 春节期间我国零售餐饮业销售同比增长13.3%

《人民日报》消息 商务部日前发布的信息显示,今年春节黄金周,全国消费市场红火,销售保持平稳较快增长。据商务部监测,正月初一至初七(1月31日至2月6日),全国零售和餐饮企业实现销售额约6107亿元,比去年春节黄金周增长13.3%。

## 我国成新西兰奶粉头号出口市场

《天下财经》消息 新西兰统计局近日发布数据显示,2013年新西兰出口奶粉168.4万吨,同比增长2%,其中出口中国75.5万吨,同比增长43.9%,占新西兰奶粉出口的44.8%,比2012年提高13%,除中国外,其余其他国家出口量同比减少14.9%。中国也取代澳大利亚成为新西兰第一大奶粉出口国。

## 我国消费者仍是世界名表最大购买群体

新华网消息 瑞士奢侈品研究咨询机构数字奢侈品集团(DLG)日前发布的《世界钟表报告》(预览版)显示,中国消费者仍是全世界名表的最大购买群体。与此前一年相比,2013年中国消费者的名表购买量增长了57.9%,占全球销量的30%以上。

该报告显示,在消费者偏爱的品牌方面,百达翡丽占有高达28.1%,江诗丹顿与爱彼的占有率分别为13.4%和13%。瑞驰迈迪市场占有率的增幅从2012年的61%,下降为2013年的-2.7%。而斯沃琪集团的格拉苏蒂原创市场占有率提高了40.2%。

该报告还显示,在PuristSPro、TimeZone、iWatch365等网上腕表论坛排名前10位的最受欢迎名表品牌中,江诗丹顿的关注度提升最快,点击率上升53.4%,格拉苏蒂原创紧随其后,点击率达48.7%。

酒并不多。一般品饮消费,并不需要过多关注年份。”李峰说,“盲目追捧时间过长的‘年份红酒’是市场对红酒的一种误读,其商业炒作意义远大于红酒本身的品饮价值”。

科学地讲,葡萄酒是一种活的、有生命的饮料,有一个从年轻到衰老的生命周期。因生命力不同,葡萄酒有新鲜型和陈酿型之分。世界范围内每年生产的葡萄酒大多数是新鲜型的葡萄酒,90%以上的葡萄酒是适合短期内饮用的。此类葡萄酒生命较短,不过一两年时间,有的葡萄酒甚至在出厂几个月后便开始老化,不再适合饮用。

具备陈年能力的葡萄酒首先必须有足够好的结构、单宁等支撑其陈年,否则果香消退后,依然无法发挥其潜力,年份越久则衰退越明显。其次要看它是否到了适饮期,有没有达到高峰期。年份太短尚未进入适饮期的葡萄酒价值还没有充分显现,而错过了高峰期的老酒走向衰退,越老反而会折损价值。有陈年潜力的酒虽然可存放五年、十年或更长时间,同时也需要很严格的贮藏条件,但是随着时间的推移,酒质也会逐渐走下坡路,而不是越存越好。至于用来拍卖的一些天价历史名酒,实际已无饮用价值,买家看重的是其文化和历史价值。  
(姜琳琳)

# 年份:被误读的葡萄酒概念

年份对于葡萄酒而言意义非凡,好坏年份似乎已经成为判断酒品优劣的先决条件。尽管如此,普通消费者对于葡萄酒的年份仍有着诸多误读。

### 误读一:好酒必对应好年份

每年的葡萄酒特质都是当年天气的积累,很难有两个完全一样的年份,于是年份成为消费者选择葡萄酒的一个关键信息,也理所当然的成为葡萄酒爱好者颇为看重的一项指标。葡萄酒领域素有“七分原料,三分酿造”的说法,每年天气的好与坏直接关系到这一年的收获的葡萄及其酿出酒的优劣。所以,用葡萄酿制的葡萄酒自然有好年份与坏年份之分。

“但是,高品质的葡萄酒未必和好年份相对应。”英国高级品酒师《微醺之美》美酒杂志创始人李峰告诉记者,以2012年勃艮第葡萄酒为例,那一年的糟糕天气导致葡萄产量骤降60%。但也正是极为稀少的产量让这一年的葡萄长得饱满而成熟,并获得了充足的糖分,最终实现酸度与甜度完美协调,矿物质

感明显。也正因此,当年无论是勃艮第的红葡萄酒还是白葡萄酒都能表现得优雅、紧致、芳香而轻盈。

2010年也是不多见的特殊年份,勃艮第葡萄酒进口商曾这样表示:“2010年勃艮第葡萄酒的浓郁度高,有不错的新鲜度,酒体饱满,回味无穷,可堪比2009年;而白葡萄酒可与2008年相提并论,但具有更高的酸度,却又比2007年更为细致。2010年的白葡萄酒与2008年的极为相像,而2010年的红酒展现出细致的风格与2009年颇为相近。但不管怎样,2008、2009以及2010年都可成为勃艮第近二十余年来的最佳年份。”

### 误读二:好年份全世界都一样

“其实在葡萄酒领域,通常所指的好年份”主要针对旧世界酒而言,比如法国和德国,尤其是法国。”李峰说,这要涉及地理和气候带,波尔多和勃艮第产区气候变化比较大,因此受温度影响也比较大。冰雹、霜冻等灾害天气比较频繁。而在新世界酒的产地,如西班牙、

意大利、澳大利亚、南非、阿根廷、智利等,其葡萄酒产业多集中在地中海气候区,夏季漫长,霜冻基本不会出现。因此气候对葡萄酒的影响并不大。

“影响气候状况的因素有可能只会发生在局部某个地区,甚至在同一国家或区域内也存在不同的微型气候。因此,年份概念只有细化到产区、酒庄,甚至细化到某一种葡萄上才具有考量价值。”李峰说,以波尔多产区为例,波尔多大产区下面还有许多小产区,波尔多不太好不能代表里面的所有小产区都差。就算是同一小产区,不同的葡萄酒品种也可能对气候有不同要求。此外,有些酒庄在不好的年份会采取对葡萄深度精选或一些人工补救法,所以酒的品质也未必比好年份差太多。

他指出,消费者千万不要把年份当成唯一的依据,认为只有酒评家评为“好年份”的葡萄酒才值得购买。

### 误读三:年份够了酒才好

“归根结底,年份概念还是针对葡萄酒收藏而言,而真正有收藏价值的红