

市工商局强化汽配市场监管

本报讯(记者 关心亮 通讯员 尹安伟)为有效规范汽车修理及配件市场经营秩序,加强汽车修理行业及汽车配件质量的监管工作。近日,市工商局采取“四严”措施,扎实开展汽车修理及配件市场专项整治行动。目前,该局已立案查处16起,查扣各类假冒伪劣汽车配件135件,案值13万余元。

严格清查市场主体数量。该局以信阳汽配城为重点,组织县(分)局对各辖区内的汽车维修及配件销售等主体资格

展开普查,对照电子档案和经济户口,进行实地检查是否持有营业执照,经营状况是否与执照核实的信息一致,并将全市720家涉及维修、销售汽车配件的经营户进行补充登记,做到了底子清、情况明、数据实。

严格把好市场准入关。该局以开展党的群众路线教育实践活动调研走访和征求意见为契机,结合工商登记制度改革,落实“宽进严管”要求,深入市场,贴近商户,深度宣传新《消法》、《产品质量

法》及汽车“三包”等新规,增强企业、个体工商户诚信经营意识和自律意识。同时,严格审查主体资格和经营行为,坚决取缔无照经营户,从源头上规范了市场主体的经营资格。

严格规范经营行为。该局以需强制3C认证的机动车灯具、轮胎、刹车片(碟)、泵油格、离合器片、润滑油、减震器等汽车配件的包装、标识以及商品质量为重点,以汽车配件市场、汽配销售企业、汽车维修点及经营户、4S店等品牌汽

车经销服务店为重点对象,严查未认证、标注不清和“三无”等产品,严查使用假冒伪劣配件维修机动车的违法行为。

严格落实商品准入制度。该局通过建立经营者为第一责任人制度,督促落实进货查验和登记制度,要求经销的汽车配件必须有进货凭证、质检报告,要求经营者在销售汽配商品时,严格落实“三包”规定,坚决打击掺杂使假、以次充好、假冒侵权、以旧充新、虚假宣传等各类违法欺诈行为。

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

4月份进口奶粉改印刷标签

国家质量监督检验检疫总局新闻办公室主任、新闻发言人陈熙同日前透露,根据国家质检总局第133号公告,从今年4月1日起,进口婴幼儿配方奶粉的中文标签必须在入境前已直接印制在最小销售包装上,不得在境内加贴。从5月1日起,未经注册的境外生产企业的婴幼儿配方奶粉不允许进口。(广报)

全国儿童用品年消费6000亿元

国家质量监督检验检疫总局副局长陈钢在接受媒体采访时表示,改革开放以来,我国儿童用品产业发展很快,全国儿童用品年消费达到了6000亿元,儿童用品质量总体水平稳步提升。陈钢称,质检总局2013年抽查的5类儿童用品的抽查合格率,总体上是达到89%左右,其中童装抽查合格率近七年来提高了25%,提升了25个百分点。(肖纯)

节假日网购勿入陷阱

福建消委会调查显示,去年网购投诉明显增多。网上购物的方便快捷吸引了众多消费者,但是,网购节日促销活动背后隐藏着许多消费陷阱。面对商家的节日促销活动,消费者要注意辨别、理性消费、按需购买,以免引起不必要的麻烦。

节假日网购主要存在的问题有:快递放假,订单失约;提高原价,虚假打折;返券促销,内设限制;虚为免费抽奖,实为付费买奖品;票据陷阱。

为此,福建省消委会提醒消费者,在节假日期间,消费者网购应提前与商家或者快递公司服务点沟通,以防耽误收货。如需邮寄包裹要提前打好时间差,网购也要关注卖家标注的发货日期。其次,消费者购买时要注意货比三家,要对同类商品价格、款式、质量、功能进行多方面了解,并留意商品日常的销售价格,谨防“先升后降”、“明降暗升”的虚假打折,选购真正适合自己又货真价实的商品,确保性价比合理。(慧敏)

市场走笔

「信息」是步入市场的命根子

熊道锋

发展工业生产,离不开大量准确及时的产品、市场、科技、质量和经济信息。然而在现实生活中,不少地方头头或企业法人却缺乏这种神经,上马项目“随风”得多,乡镇设置工业园区随意性大,导致有的产业集聚区多年没起色,有的企业已步入“沼泽”,却没人逆向思维,更没人愿意换位思考,结果越陷越深,给其乡造成巨大损失,有的甚至是纳税上缴的金银,却被一些“宠企”打了“水漂”,不能不说是一种悲哀。分析其原因,主要是因为对市场信息研究不深不透,对产业信息捕捉不及时。

人是企业经营的原动力,是生产的主导要素。近年,一些外企为什么生意红红火火,就因为他们对全球市场信息的占有,就因为有一帮人常年从事市场调查、信息搜集、前卫思考。因此,内地企业也必须采取切实有效措施,大力开发利用各种信息资源,以利企业提高科技含量和市场竞争能力。

笔者认为有两个方面的工作要做:一是在国内市场,一是要了解本行业的全貌,国内同行业企业有哪些,他们的地理分布如何,其生产规模、主导产品有哪些,技术水平、经济效益如何。二是要认真分析本企业的条件。自身的优势和劣势在同行业中的比差是什么,本行业的主要竞争对手是谁。三是要了解全行业近几年的产量、同比增长情况和未来几年的产量、同比增长的预测情况。四是要了解国内的用户和市场情况,以便有计划、有重点、有准备在不断开发新产品,制定生产计划。五是要捕捉近期内部能够

带动产业发展和结构优化,增强产业发展后劲,上马具有良好市场前景和较高经济效益的新产品。

在国际市场,一是要做好市场调查。有计划、有目的地收集不同国家和地区的市场信息,其中包括政治法律环境(该国和地区的政治制度和法律法规,对进出口贸易的政策、制度、关税和控制、限制情况)和经济社会环境(该国和地区收入水平、人口多少,科技水平高低,经济、社会、语言、风俗、气候、地理条件、宗教信仰、货币与交易的惯例等,对商品的需求情况,主要竞争对手情况等)。二是适时作出国际市场预测。包括国际经济发展趋势、各国出台的新政策可能引起的市场变化趋势、国际同行业近期产品发展趋势,市场需求趋势,重点搞清楚产量、市场需求量、品种、规格、价格等,本企业在今后一段时间内产品的发展方向,内容涉及产销量、品种、规格、价格等,人力、物力、财力以及与本企业业务有关的科技发展趋势,消费者的购买动向和购买力变化等。三是选择开拓国际市场的有效方式。企业开拓国际市场的主要方式有:产品出口、许可证交易、特许权交易、对外承包工程合同、股权式合营和独资企业等。也可采取“三来一补”的方式,即来料加工、来样加工、来件装配和补偿贸易,哪种有利就选择哪种方式。

所以,了解“信息”才是走稳市场的命根子。时下,做企业的朋友、做产业的人员,最好是广泛搜集培养信息,多多论证信息的可靠性。

消费警示

儿童牛奶噱头多

如今,儿童牛奶在超市货架上所占的比例可谓是越来越大,而这些琳琅满目的儿童牛奶宣传则各有侧重,什么益智型、肠胃型、均膳型、健骨型、健护型、消健型,一应俱全。这似乎在暗示家长们,通过不同的产品,可以对孩子“对症下药”,有针对性地补充营养。那么,这些产品真有那么大的效果吗?有关专家表示:儿童牛奶,宣传大过功效。功能多价格高

近年来,儿童牛奶成为液态奶市场中商家主打品种之一。

在超市的牛奶专区记者发现,这里的儿童牛奶几乎占去了盒装奶货架的半壁江山,种类多达七八种,其产品中均号称采用了独特配方,添加了DHA、果糖、维生素以及一些微量元素,部分产品的

外包装上印有开发智力、补充钙铁锌、强健骨骼等字样。此外,各式各样的儿童玩具也捆绑在奶箱上,吸引着家长和孩子们的目光。

笔者对比发现,相较于普通盒装牛奶,儿童牛奶的价格贵了许多。儿童牛奶的容量主要有125毫升、190毫升和200毫升3种。一盒190毫升的儿童牛奶定价在4元左右,而普通纯牛奶容量多为250毫升,价格普遍为3元。换算下来,儿童牛奶的售价约为普通纯牛奶的1倍左右。

不过,笔者在查看儿童牛奶的成分表后发现,绝大多数儿童牛奶产品中均含有食品添加剂,而且种类还不少。如某品牌的儿童成长牛奶中,含有羧甲基纤维素钠、乳酸、柠檬酸、柠檬酸钠、瓜尔胶、三聚磷酸钠、安赛蜜、阿斯巴甜、黄原

消费提示

“洗脸神器”没那么“神”

“用手洗脸达不到彻底清洁的效果”,如今,市场上宣称能清洁毛孔、美白补水的“洗脸神器”吸引了不少女性消费者的目光。对此,长期从事皮肤科门诊的谷静医师在接受笔者采访时表示,所谓的“洗脸神器”只是能够加速皮肤清洁,对于非油性皮肤和皮肤敏感者来说,还是少用或不用为宜。

洁面仪主攻功效 笔者在对多个品牌的洁面仪产品了解到,美容功能越多,产品身价越高。根据品牌、功效、品质的不同,在售的“洗脸神器”零售价格差距较大。以清洁、美白、补水等功能为主的洁面仪零售价格多集中在70元~90元,个别品牌的零售价格在200元以下,然而,除了洁面功能外,增加了超声波、按摩瘦脸、微电流、正离子等功能的“四合一”和“八合一”洗脸器零售价格则至少在500元以上,不少品牌甚至达上千元。

消费者“毁誉参半” 笔者随机采访了多位使用过“洗脸神器”的女性消费者,其中一部分受访者表示洁面仪“很好用”,毛孔清洁和嫩肤美白效果明显;而其他几位则表示,自己并不习惯洁面仪的洗脸方式,而且使用效果一般。

“第一次用就导出很多黄黄的物质,看来这比手工洗脸效果强多了。”段女士在采访中提到,自己选购的洁面仪带有超声波和微电流功能,不仅感觉清洁能力强,而且多次使用后还有一定的美白效果。而高女士在接受笔者采访时则表示,自己特意挑选了一款价位适中的洗脸神器,不想在使用时仍遇到诸多问题:毛刷粗糙容易伤皮肤,探头金属物容易使皮肤过敏,仪器整体质量令人堪忧……

“神器”不神奇 谷静在接受采访时表示,所谓的“洁面神器”只是能够达到加速皮肤清洁的效果,并没有商家宣传的那么神奇,使用多泡的洗面奶、同时配合温水按摩也能达到很好的洁净皮肤目的,因而不需要借助其他洗脸仪器。因此,建议女性消费者首先要了解自己皮肤特点,然后在决定是否选购。(肖琼)

童成长所需的营养品。 与朱女士持相同观点的家长不在少数,不少年轻的父母认为儿童牛奶价格高昂是“物有所值”,只要对孩子身体有益,多花点钱没关系。

效果多为噱头 DHA、乳铁蛋白、维生素D、益生元、膳食纤维等名词,作为卖点,被醒目地标注在包装上。然而,儿童牛奶产品是否如宣传中所说的那样具有多种功效呢?

相关营养学家认为,儿童牛奶产品所宣称的保健功能必须按规定进行相关实验研究,同时申请保健食品的批号。而目前市场上的儿童牛奶并无保健食品的批号,喝了这些产品是否有这些保健效果,无法证明。儿童牛奶并不一定影响儿童身体健康,但它是否具备其宣传的功能还须家长自行判断。

对此专家建议,儿童牛奶产品尽量少喝,尤其是3岁以下儿童。儿童成长中所需的营养成分最好从均衡的膳食中获得,培养孩子不挑食的好习惯,最好选择不含糖和添加剂的纯牛奶给小孩饮用。(王洋)

4G客户:让4G来得更猛烈些

一个强有力的团队来支撑,让他每次讲课都有不一样的精彩。

2013年,阿杜讲了很多次课,给各企业高管做培训。也经常被北大总裁班、中国人民大学等邀请,作为特邀讲师。

“每次开讲,我都先讲4G,什么是4G,4G给我们带来什么。”阿杜说,大家只有先认可了4G,才会相信移动互联网光明的未来,甚至可以说是4G引领未来。

升级4G的第二天,阿杜就给集团公司一千名高管做微信营销培训。

“讲课时,来自全国各地的人都

听我讲4G。以前讲的时候,总会感觉有点空洞,现在4G真的来了,大家能切实体会到了。我用我的手机给大家演示,大家能看到,真的很快。”阿杜说,当天有很多人向他4G是怎么办理的,他笑称自己快成4G代言人了。

4G将很快征服大家的感官

除了讲课演示之外,4G对阿杜的个人生活也有了不小提升。阿杜和他的团队将无纸化办公打包到微信里。每天他都能在“企业邮局”里收到他的邮件,“公司员工每天做什么工作,下周做

什么工作,出差到全国各地的我都能知悉。同时,我也会把新的需求告诉团队,团队来研发新的产品。”

在生活上,阿杜感觉最好的是微信购物,“我的手机利用率很高,机不离手,4G的网速刷新很快,买东西很方便。” “4G谈不上彻底改变生活,很多应用,3G时我也在用,但是感觉不一样,4G体验更好。”阿杜说“细微的差异其实是强大的,更好的体验会慢慢渗透到人们的生活,习惯了快网速,再倒回慢的,人受不了的,4G将很快征服大家的感官。”

现在的阿杜正在接受某出版社的邀请,写一本关于移动互联网营销的书以及筹备网络教室。2014年,4G来得会更猛烈,微信营销应用也将更火爆。(戴黎明)

阿杜简介:企业微营销培训权威、腾讯社区专家、百度互联网俱乐部理事、河南邦瑞企业管理咨询有限公司董事长

“开启4G新生活,移动互联网奔腾而来,你升级4G了吗?”这是阿杜2月7日发在微信朋友圈里的一句话,并配有启用4G时的图片。那天,阿杜将自己使用已久的国行iPhone5S,换成了港版iPhone 5S,完美升级到4G。

穿梭于全国各地讲微信营销的阿杜,与4G有着注定的缘分。快人一步的4G,也让他课堂变得圆满。

我都快成4G代言人了 阿杜简单地将自己的工作概括为,教企业如何布局移动互联网。这一教,就需要他全国各地去讲课,需要背后一

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,积极响应党的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,让保险顺应民意,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障保障功能于一身,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? 即缴即领: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,返还所缴保险费(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1121万元,5年缴,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

