

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

我国将建婴幼儿配方乳粉生产企业信用档案

根据国家食药监总局8日公布的《婴幼儿配方乳粉生产企业食品安全信用档案管理规定(征求意见稿)》,我国县级以上食品药品监管部门将按照“一企一档”的原则,建立本行政区域所有婴幼儿配方乳粉生产企业的食品安全信用档案。对有不良信用记录的企业,增加监督检查和产品监督抽检频次。

(经济)

质检总局:150批不合格进口食品化妆品被拒

国家质检总局8月11日公示最新一批共150批不合格进口食品化妆品黑名单,其中,沃尔玛(中国)投资有限公司从美国进口的2600千克普斯核桃谷物早餐麦片,因水分不合格被退货。

不合格化妆品中,中国免税品(集团)有限责任公司从韩国进口的雪花秀顺行柔和洁面泡沫,菌落总数、霉菌和酵母菌超标被销毁。成都国航进出口有限公司从韩国进口的婊真普莱姿舒缓修护晚霜、婊真美颜生肌黄金营养霜及盈润抚纹修复眼霜,因标签不合格退货。

150批不合格的进口商品包括食品146批、化妆品4批。其中,不合格食品主要是糕点饼干类、饮料类和罐头类,食品添加剂超标、微生物污染和品质不合格等项目为主要原因。

(北京)

食药监总局:开展儿童食品和校园及其周边食品安全专项整治

日前,国家食品药品监管总局发出通知,决定开展儿童食品和校园及其周边食品安全专项整治。

通知要求,各地以今年9月至10月为重点时段,以校园及其周边200米范围为重点区域,以主要面向学生经营食品的食品(杂)店、餐饮服务单位等儿童食品经营单位为重点场所,加大监督检查和执法力度,集中部署开展专项整治行动。

对校园及其周边食品经营者逐户进行执法检查,全面核查食品经营者主体证照,坚决取缔查处无证无照食品经营户,清理或规范不符合食品经营条件标准和相关要求的食品经营者,做到不留死角、不存盲区。

(京华)

手机当闹钟 辐射更致命

如今,大部分的人都是用手机来当闹钟,将手机放枕头下更是一大误区,殊不知长期手机辐射相当致命,此举也增加了手机带来的潜在意外伤害。

美国《读者文摘》最新刊登美国专家们提出的“安全使用手机准则”。准则中要求,除了紧急情况之外,12岁以下儿童不要使用手机。理由是,孩子的颅骨比成人更薄,因而儿童吸收的辐射就更多。而过了12岁以后,颅骨发育逐渐成熟,使用手机的风险相对较小。此外,专家鼓励青少年多使用手机耳机,并多发短信,少打手机。

同时,专家还提醒,一些人喜欢把手机当闹钟,这种习惯很不好,会让身体接受更多的电磁辐射,甚至增加手机故障的意外伤害风险。

专家表示,别把手机当闹钟,晚间睡觉时将手机放在床头(特别是枕头下面),手机通话越短越好。超过15分钟的通话,最好选择座机。无绳电话的辐射与手机相同,因此,长时间通话一定要使用座机。当信号弱的时候(尤其是在火车或汽车等移动交通工具上),最好别使用手机。因为手机信号只有一格或两格的时候,手机发出的低频电磁辐射最强。

(消费)

家电节能领跑者政策或将启动

时隔一年之后,发改委网站公布的信息,让家电节能领跑者政策再次成为业界关注的焦点。有消息指该政策最快将在“十一”之前启动,但业界也有不少声音呼吁“国家不要轻易用‘看得见的手’干扰‘看不见的手’”。

8月6日,发改委网站发布的《节能减排进展顺利 苗头问题不容忽视》一文中提出,要鼓励节能减排技术创新与推广,征集、梳理节能减排先进技术,发布先进技术产品推广目录,实施能效领跑者制度,发布空调、冰箱等市场上能效最高的终端用能产品目录。这再度引发了业界对于能效领跑者制度的关注。

业界有观点认为,能效领跑者制度相当于变相的财政补贴,这将对没有补贴一年的家电企业产生利好,有利于推动家电产品结构升级,促进节能高端产品的增长。不过,8月12日,资深家电观察人士刘步尘表示,目前领跑者制度如何实施、怎样实施都还没有定论,“这更像是发改委在探界的风口”。

刘步尘认为,家电行业应该交由市场充分竞争,国家不要轻易用“看得见的手”干扰“看不见的手”。奥马电器副总裁姚友军也表示,不自持国家出台补贴政策,但他同时也提到,能效领跑者制度如果真的实施,“对大的有规模的企业是有利的”。

(南方)

促进农业发展 激活农村市场

市工商局“五个强化”着力扶持涉农企业发展

本报讯(记者 关心亮)今年以来,市工商局以促进现代农业发展,激活农村市场经济为目标,充分发挥工商部门在登记注册、市场监管、消费维权等方面的职能作用,采取五项举措,积极扶持涉农企业发展,取得良好成效。

强化跟踪服务,着力培育涉农主体发展。该局把促进全市农业稳定发展、农民持续增收作为当前工作的重中之重,着力培养农村市场新型经营主体,进一步促进农民专业合作社、家庭农场、科技型农村企业等主体的健康发展,为农业健康发展、农村产业结构调整夯实基础。同时,进一步

优化行政服务环境,充分挖掘农产品产业优势,大力发展农民专业合作社。今年以来,全市共发展农民专业合作社382个,“家庭农场”720余家。强化产业延伸,着力打造自主品牌。该局依托《信阳市工商局2014年商标培育保护工作方案》,立足当地特色产业优势,坚持“引导、培育、规范、保护”的指导思想,主动帮扶涉农经营企业及农民专业合作社培育自主品牌,争创农产品注册商标、著名商标。以涉农企业和农民专业合作社、家庭农场、科技型农村企业等主体的健康发展,为农业健康发展、农村产业结构调整夯实基础。同时,进一步

基地,2个省级品牌培育基地,形成21个重点商标培育名单,继2013年年底成功争创“仰天雪绿”、“黄国”两件“中国驰名商标”后,积极帮扶申林、广义、山信、乌龙争创中国驰名商标,帮扶秀毫、茶都等18个商标争创著名商标,积极培育申报潢川金桂、商城炖菜地理标志证明商标。强化合同管理,着力发展订单农业。该局组织各县(区)局紧紧围绕当地农业主导产业,主动介入,深入涉农企业、农民专业合作社、“家庭农场”等开展合同帮扶活动,并借调遍布各县(区)镇(村)570多个红盾服务维权工作站平台,大力宣传

《合同法》等法律法规及相关合同管理规定,指导企业、农民签订涉农合同,规范合同管理行为,实现涉农企业与农户之间利益共享,风险共担,助推农业产业合同化发展。去年以来,该局已指导帮扶企业及种养户签订订单合同14200份,签约金额近4亿元。

强化农资监管,着力引导企业诚信经营。针对农资经营企业、个体户量大、面广的特点,该局在组织开展“红盾护农”和中原红盾系列行动中,进一步规范农资经营、创新监管方式上下功夫,以工商所“网格化”监管为抓手,强化农资市场监管,

督促指导农资经营者严格落实进销货台账、“两账两票一书一卡”及种子留样备查等制度,严把农资进货关,严防不合格农资流入市场。同时,加强农村消费者投诉站和12315联络站建设,延伸投诉触角,确保农民合法权益不受侵害。

强化融资帮扶,着力搭建企业持续发展平台。该局开通银企对接快车道,以支持“三农”和促进农村经济协调发展为切入点,积极为企业出谋划策,提供政策咨询,充分发挥工商部门与邮储、工商、建行等金融部门的战略合作机制,开通银企对接快车道,积极引导涉农企业通过动产抵押、商标权、股权质押登记等途径,促使企业扩大生产经营规模。实施工商联络员制度,指定专人负责,加强融资企业指导,对提交材料齐全的动产抵押登记、股权出质登记申请,以最快速度办结,对于乡镇企业、外地金融机构等,采取电话预约、网络传送资料等方式,最大限度地减少边远镇村企业多次往返,切实提高融资业务效率。



由河南金爵实业有限公司和大商集团信阳新玛特共同举办的新玛特第二届钟表文化节,受到了我市广大市民的普遍好评。此次钟表文化节让顾客享受实惠的同时,文化氛围也得到了充分的彰显。图为昨日顾客正在挑选中意的商品。

本报记者 关心亮 摄

市场走笔

企业要善于引导消费

□吴长亚

在市场经济条件下,产品能否适销对路,生产的产品能不能卖出去,是企业十分关注的问题。源源不断地生产是企业容易做到的事,源源不断地销售对企业来说,就不是一件容易的事了。“顾客是企业的上帝”,这是被人们普遍接受的信条,但也有一句话,给人以全新的理念,即“企业是消费者的上帝”。企业是消费者的上帝,讲的是企业要学会引导消费者购买使用自己的产品。由于企业以产品引导了社会的消费,这样,企业就成了消费者的

上帝,从而也促进了企业产品的销售。

在许多情况下,消费倾向是企业创造的。企业不仅要创造产品,也要创造消费者。事实上,企业任何一种新产品的推出,若不广泛宣传,若不让广大消费者知道其功用其好处,产品便只好束之高阁。空调、电视机未产生之前,消费者单凭空调的名词,当然不知道它们是什么东西;是不是需要它们,只有在企业的宣传、引导、推广下,消费者才可能接受这些产品,由此才会使企业得到应有的效益。现实中,我们常常见到一些很好的企业产品愁销路,很好的专利发明闲置的问题,这些问题值

得深思;说到底,这是因企业及专利发明者没有主动去开拓市场,缺乏引领市场的意识。一个优秀的企业应该引导消费潮流,走在消费者前面,而不是跟在消费者后面。

走在消费者前面,企业主动以自己的产品引导社会消费,而非被动地采取这一举动。市场是不断发展、变化、运动的,消费者的口味也不断变动,众口难调;企业去适应这种千差万别的口味,难之又难。在众口难调的情况下,高明的厨师会引导大家跟着自己的感觉走,而不是让自己跟着别人走;因为他们明白,跟着别人走,就永远无法满足所有人的胃口。企业在宣传和推出自己的产品时,要有做消费者的上帝的意识,以主动摆脱被动,指导、引导消费者购买使用自己的产品,使自己能够走在消费者的前面。主动与被动,是企业开拓市场能力强弱的分界线,企业要研究和寻求以自己的产品引领社会消费的途径,让市场跟着自己走。

中国移动推出六项服务承诺

质网络。

1. 流量资费,实惠简明:降低4G资费门槛,将4G飞享套餐、流量叠加包资费门槛分别降至58元、30元,推出70元2G等大流量包资费,给予客户更多实惠;提供流量季度包、半年包服务,解决客户月度流量消费不均衡问题。通过短信、互联网等方式向客户提供实时流量提醒和套餐推荐服务,通过账单帮助客户进行流量费用分析和合适套餐选择。持续扩大国际及港澳台漫游“3元/6元/9元”流量资费所覆盖的国家和地区范围,让更多客户受益。
2. 订购收费,清晰透明:持续落实

- “0000统一查询和退订”、业务扣费主动提醒、“二次确认”等增值业务透明消费举措,为有需求的客户提供业务屏蔽开关功能,进一步保障客户的消费知情权和选择权。持续开展恶意扣费软件日常监测,对于发现的恶意扣费软件,第一时间封堵、关停,并公开警示;多渠道受理客户关于恶意扣费的举报,100%查证和回复,对因恶意软件而被扣信息或功能费的,全部予以退还,对违规合作方严厉处罚和公示。
4. 不良信息,严厉打击:大力治理垃圾信息,点对点及集团行业端口垃圾信息实施全网集中监控治理,

向客户推出针对集团行业端口信息的“0000”查询退订和“00000”屏蔽服务;对公司自有业务端口信息群发实施严格的集中管控,杜绝违规发送,推动治理水平再上新台阶。开展“伪基站”治理专项行动,完善“伪基站”监测识别手段,配合相关部门予以彻底打击。严查狠打手机淫秽色情网站,深入贯彻落实“净网2014”专项行动,对网上淫秽色情信息进行集中监测和封堵,努力保障网络的一片蓝天。

5. 实名登记,严格落实:严格落实国家电话用户真实身份信息登记的有关规定,确保自有渠道和社会合作渠

道新增客户实名认证率达100%;大力开展存量客户的实名认证工作,向客户提供电子渠道、营业厅等便捷渠道进行补登记。

6. 星级服务,便捷提供:在保证优质服务基础服务的同时,进一步推出客户星级服务,对客户星级提供差异化服务,并将客户月度积分累计与星级直接挂钩,加大积分回馈力度,客户可使用积分进行话费充值、套餐和业务支付以及合作商户消费、礼品兑换等。全面拓展门户网站、手机营业厅、10086微博、10086@139客服邮箱等互联网服务渠道,实施客户需求收集、服务办理、投诉处理及客户互动沟通。

据悉,中国移动将通过多种渠道、多种方式进行巡检抽查、专项检查、明察暗访等检查六项承诺落实情况,力求赢得移动客户的“10分”满意。

(移动)

承担央企责任 解决民生问题

中国人寿钜惠推出防癌险

产品名称 国寿防癌疾病保险
投保范围 出生28日-60周岁
保险期间 60周岁、70周岁、80周岁

交费方式 3年、5年、10年、20年
保险责任 在本合同保险期间内,本公司承担以下保险责任:

一、癌症确诊保险金

被保险人于本合同生效之日起一年后,首次发生本合同所指的癌症,本公司按照基本保额的100%给付癌症确诊保险金,本合同继续有效。该项责任的给付以一次为限。

二、特定癌症额外给付保险金

被保险人于合同生效之日起一

年后,按照保额的100%给付癌症确诊保险金时,若该被保险人所患的癌症同时也为本合同的特定癌症,再按基本保额的30%给付特定癌症额外给付保险金,合同继续有效。

三、轻症癌症确诊保险金

被保险人于合同生效之日起一年后,首次发生本合同所指的轻症癌症,按基本保额的30%给付轻症癌症确诊保险金,本合同继续有效。该项

责任的给付以一次为限,给付金额最高为人民币10万元。

四、癌症康复保险金

被保险人于本合同生效之日起一年后,首次发生本合同所指的癌症,被保险人于本合同癌症确诊日后30日时仍然生存,按照基本保额的20%给付癌症康复保险金,首次给付癌症康复保险金之后,若被保险人生存至本合同癌症确诊日

的对应日,本公司按照本合同基本保险金额的20%给付癌症康复保险金,本合同癌症康复保险金的累计给付金额以本合同基本保险金额为限。

五、豁免保险费

被保险人于合同生效(之日起一年后,首次发生本合同所指的癌症,豁免被保险人癌症确诊日以后的本合同的保险费。

六、身故保险金

被保险人于年满18周岁后,被保险人于合同生效之日起一年内因疾病身故,按本合同所交保险费(不计利息)给付身故保险金;被保险人因前述以外情形身故,本合同终止,本公司按被保险人身故当时下列两者的较大值给付身故保险金。

1. 本合同所交保险费(不计利息)的105%;

2. 本合同的现金价值。

本合同的癌症确诊保险金和身故保险金公司仅给付一项,并以一次为限。(墨分)

