



市场

1100七年八月三十一日
星期五

主 编/吴 彬
编 辑/肖 丹
美 编/杨 利
校 对/李 世

【市场信息】

赛特四层秋装上市 买兰蔻有赠品

晨报讯 赛特一层法国兰蔻化妆品8月30日到9月9日举办购物送礼活动,消费满1080元即可赠送青春再现9件套,满1680元可加赠塑颜紧致系列6件套,满2380元还可加送金纯4件套。活动第一天,美白特惠礼盒参加赠送活动。同时独家上市兰蔻金纯卓颜系列产品。

赛特五层即日起到9月10日期间,芬兰 HALTI 休闲鞋、西班牙名仕鞋、意大利 POMPEA 内衣、法国 ELLE 女士内衣、POLO 休闲装均有不同的折扣。

赛特四层发出秋款的邀请。万宝路、诺诺卡、金狐狸、万星威、JEEP、TOMMY、CK、三文治、迈雅、布来恩等众多品牌秋装全面上市。动感体育品牌耐克、阿迪达斯、三叶草、三星、彪马、AIGLE、乐斯菲斯、哥伦比亚等世界知名品牌,彰显品位个性,在满足穿着需要的同时,带给消费者舒适自然的享受。

地下一层集品堂专柜即日起到9月10日举办“真情回馈老顾客——清爽度假活动”。购买燕窝产品满3000元赠送限量版燕窝盅。购买任何产品均可获赠养生手册。购买集品堂万元干品赠炖锅。9月9日前,赛特超市 Titania 牛仔系列七件套、猎人系列七件套、开普敦系列五件套、黑色亮点系列四件套均有折扣。

宜家一年内再开3店 北京暂无计划

晨报讯(记者李若馨)一直因开店速度缓慢被外界诟病的宜家终于加快了在中国的开店步伐。宜家昨天在京宣布,一年内将在南京、深圳、大连三地增设三家新商场,而目前尚无在京开店的计划。

根据宜家2007年度财报显示,去年宜家在我国的4家门店累计接待了超过1400万消费者,比去年同期增长了37%,相应的其在中国的销售增幅也达到了38%。

宜家中国地区公关经理徐丽德表示,在未来的一年中宜家将陆续登陆南京、深圳、大连三地,届时宜家在中国地区的商场总数将达到7家。宜家方面同时表示,像这样每年增开两到三家店的开店速度将一直持续5至7年。

金价涨跌互现

据新华社30日,国内金价涨跌互现,银价小幅收高。由于市场观望心态严重,成交量明显萎缩。

上海黄金交易所黄金 Au99.95 收盘于 161.63 元/克, 上涨 0.22 元/克; 黄金 Au99.99 收盘于 161.68 元/克, 下跌 0.12 元/克; 黄金 Au100g 收盘于 162.95 元/克, 上涨 0.26 元/克; 黄金 Au (T+D) 递延交易品种收盘于 161.70 元/克, 上涨 0.26 元/克; 铂金 Pt99.95 收盘于 316.90 元/克, 上涨 1.48 元/克。

《二手车买卖合同范本》将在全国推行

卖二手车须有真实购车发票

晨报讯(记者朱烁)二手车买卖多了一份合同范本,国家工商总局将在全国范围内推行《二手车买卖合同范本》,其中明确列出主要提供真实的购车发票,这意味着如果使用这份合同,买卖双方交易前必须对车辆来源“验明正身”。此外,范本还需要卖主明确车辆是否为事故车。

本是事故车,粉饰一新后却卖出了九成新车的高价,外行的消费者只能吃哑巴亏,这份范本特别留出选项,要求双方事先明确车辆是否为事故车,如果是,还要明确损伤的部位。不懂行的买主还可以参照范本中的“填写说明”,其中详细解释了损伤位置为可以影响到车辆整体结构的位置,主要为A、B、C、D

柱、翼子板内板、前纵梁、地板等。损伤状况包括:变形、烧焊、扭曲、锈蚀、褶皱、更换过等。关于车辆状况的描述,说明中也列出了各种旧车可能会存在的损伤,普通消费者可以一一对照。

除了车况外,所买车辆是否为“黑车”、“赃车”也是买主们挂心的问题,范本特别明确车辆要附带8份文件凭证,包括《机动车登记证书》、《机动车行驶证》、有效的机动车安全技术检验合格标志、车辆购置税完税证明、车船使用税缴付凭证、车辆养路费缴付凭证、车辆保险单、购车发票,如果卖主提供虚假信息,买方有权要求其赔偿损失。

车辆买到手后,因卖方原因致使车辆不能办理过户、转籍手续的,买方有权要求卖方退还车辆价款并承担一切损失;因买方原因的,卖方有权要求买方退还车辆并承担一切损失。

此前,北京市工商局已经制定了一份《北京市旧机动车买卖合同》范本并在全市推广,其中要求买主要当面验收车辆及相关文件,卖主在约定时间内协助买主办理完车辆过户、转籍手续。

餐馆配套服务另收费有蔓延之势

消协:餐馆提供毛巾不应收费

晨报讯(首席记者杨玉峰)针对一些地区餐馆不提供免费小毛巾(仅提供付费毛巾)的现象,中消协昨天发表观点:餐饮企业理应承担配套服务,而不应该以其他方式另行收费。

有消费者反映,个别餐饮店免费的茶水也不上了,改上收费茶;过去赠送的水果拼盘现在也要收费了。特别是这些收费项目事先不告知消费者,等到结账时消费者才知道这些是要另行收费的,消费者对此颇为不满。宁波市消协对部分餐饮企业进行了调查,发现有46.9%的企业把免费毛巾改成了收费毛巾,而33.3%的企业事先未向消费者明示。调查中还发现有两家企业连筷子都要消费者另行付费。

对此,中消协有关人士表示,近年来有餐饮行业确实提供配套

服务另外收费、不明示收费价格或者不提前告知消费者,这种情况在全国呈蔓延的趋势,中小餐馆尤为普遍。

中消协的观点是,餐饮企业向消费者提供安全、卫生的就餐环境和餐具,保障消费者的饮食安全和卫生,是餐饮企业应尽的法定义务。至于餐饮企业通过什么方式对餐具进行消毒,到哪里消毒,是餐饮企业自身的选择,其产生的费用应由餐饮企业自行承担,不能将消毒产生的费用转嫁到消费者头上。消费者就餐,餐饮企业提供包括经消毒达到卫生标准的餐具、餐巾等配套服务,是长期以来已获社会共同认可、约定俗成的基本服务内容和行业服务标准,是经营者的随附义务,也是消费者接受就餐服务的前提,消费者即便使用了收费餐具也可拒绝“买单”。

上半年投诉 房屋类增长最快

晨报讯(首席记者杨玉峰)昨天,中消协公布了今年上半年受理消费者投诉特点:投诉总量呈下降趋势,但房屋、汽车、计算机、电信等部分商品和服务投诉却呈上升趋势。

房屋投诉主要集中在售前宣传夸大、房屋质量差、合同违约、物业管理服务不好和产权迟迟不办等方面;电视购物销售欺骗性强。投诉主要集中在发布不真实的广告、夸大产品的功效。而关于汽车的质量、安全、价格、合同等

方面的投诉上升较多。主要表现为质量差,关键部位多次修理不好,维修、配件价格高,维修单位、维修人员、配件市场资质参差不齐,鱼龙混杂等。

此外,投诉还反映了一些热点和难点问题,其中包括啤酒瓶使用的国家标准为强制性标准,而其中使用的年限却为“建议使用期限为两年”,给消费者带来极大危害。而液晶、等离子、高清等电视没有明确的产品质量责任处理规定,生产者自定“三包”期等。

预付费会员卡 优惠难兑现

晨报讯(首席记者杨玉峰)针对一些服务行业推出的“预付费”消费方式,中消协昨天发布消费警示称,这类消费方式存在一定风险,消费者应当提高警惕。

目前社会上存在一些以“会员卡”的名义推出的各种美容卡、健身卡、洗衣卡、洗车卡等预付费式消费卡,消费者通过向商家预先付费,购买档次不同的“会员卡”,便可在以后的消费中享受不同程度的折扣优惠。然而,许多消费者在购买了这类“会员卡”后,发现商家原来宣传的优惠难以兑现,自身合法权益得不到保护。

消费者王女士在一家美容院花了1000元购买了一张可消费8次的美容卡。在消费3次后,王女

士向美容院提出退卡,要求美容院退还人民币600元遭到拒绝,理由是售出的会员卡概不退款。

这类消费方式的风险包括,商家通常以免费体验和高额折扣优惠为诱饵吸引消费者,许多消费者在购买预付费式消费卡后,才发现服务不如意。一些商家提供的合同带有不公平、不合理的格式条款,限制消费者的权利,故意减轻或逃避损害消费者合法权益所应承担的责任。消费者要求退卡时,才发现商家声明“一经售出,概不退款”。此外,一些消费者对商家的经济状况并不了解,在经营者破产、倒闭等情况下,消费者的合法权益很难得到维护,甚至可能面临不法经营者借机诈骗、携款外逃等风险。

“我不是塑料袋”引发新风潮

环保帆布包满街飞



网店里的环保概念包比比皆是,但即使拿到眼前也难辨真假。
晨报记者 邹红/摄

英国品牌 Anya Hindmarch 的“I'm NOT A Plastic Bag”环保概念包虽然未在北京公开发售,但记者发现,其席卷全球的魅力却让京城的大街小巷都刮起了一阵“环保”风。

沾上环保就好卖

除了“I'm NOT A Plastic Bag”这句深入人心的标语外,“Walk for hope”“Love animal”“Recyclable”等各种各样的环保标语、环保图案印上了时尚人士们的T恤和手袋。一位淘宝店家告诉记者,他们专门进了一批环保标语T恤和女士手包。而动物园世纪天乐的一家专门印制个性T恤的小店店员也表示,这段时间只要沾上了环保标语,T恤就会卖得不错。

记者在淘宝网上输入“环保”二字,排名前几的商品几乎是清一色的帆布包。记者在京城的大小店面中看到,以往占据主流市场的皮质或仿皮包已经难以独撑大局,图案、设计百变的各式帆布包异军突起。一位刚刚添置了帆布包的消费者表示,设计简单、好配衣服、价格便宜,是她选

择帆布包的主要原因。而商家们的分析,在“I'm NOT A Plastic Bag”环保概念包大热的时候背包出门不仅土气,还容易被疑为仿品,所以购买帆布包已经成为众多女性追逐流行的做法。

商家大发赈品财

一边是环保风潮的清风吹拂,一边却是仿冒“李鬼”的暗潮涌动。动物园批发市场、淘宝网等地的仿冒品横行让记者吃了一惊。“现在动物园区域的仿冒包主要分为80元和180元两个档次,80元的看着就很假,180的做工倒不错。”一位经常到动物园淘货的消费者向记者详细介绍了仿品包的区别和识别方法。而当记者问及是否会购买时,该消费者随即摇头表示:“背出去也会被以为是假货,多傻呀!”而销售仿品的店家对此却颇不以为意,一位店家称,买的人多着呢,要不然也不会有这么多商家都在帆布包上较劲了。晨报记者 李若馨

消费快评

别只用环保“包装”自己

前几天,看了一个综艺节目,一位女明星兴致勃勃地介绍她心爱的手包,其中当然少不了大热的“I'm NOT A Plastic Bag”。而令人啼笑皆非的是,在她大谈环保概念之后,她所介绍的第二个包却是羚羊皮制成的,这位女明星依然滔滔不绝的称赞羚羊皮质地如何柔软、坚韧、价值连城,丝毫没有察觉到她自己话语的前后矛盾。所谓的环保正如她指上的一枚钻戒、腕间的一块名表、耳鬓的一副耳环一般,成了不折不扣的装饰品。

而生活中,这样的例子并不少见。穿着环保标语T恤不熄火的长时间停车等候,骑着环保包坚持要求餐厅提供一次性餐具,或者愚蠢如文中女明星,一边为环保高声疾呼一边以真皮作为自己品位的标尺……原本应该融化在血液里的环保精神竟成了可以用来炫耀攀比的时尚单品。

当你还在试图用环保标语涂满全身时,请先拔掉家中不在运行状态下的电源,请先拒绝使用超市提供的塑料袋,请先忍受没有空调的车内闷热……与其用环保去包装全身,不如先用它来武装心灵吧。

调查显示,购车人呈年轻化趋势

车主平均年龄 4 年间降 3 岁

晨报讯(记者沈欣)买车人的年纪越来越小,根据一项最新调查,2006年购车车主平均年龄比2002年轻了3岁。

日前,调查机构新华信公布了自2002年以来对全国24个城市的15000车主的汽车消费调查结果,覆盖中国市场127款量产车型。过去五年间,中国乘用车市场高速增长,实现了从2002年的125万辆,到2006年416万辆的跨越。在这个爆发性增长的阶段,中国汽车消费

仍然以首次购车为主,首次购车比例在80%左右,主要趋势有以下几个方面:女性车主比例增加,由2002年的20.3%增加到2006年的30.9%。车主年龄呈年轻化趋势,2006年车主平均年龄为32.3岁,与2002年相比年轻了约3岁;车主家庭收入有所增长,2006年车主家庭平均月收入10193元,与2002年的9235元相比增长了10.4%。

从车型上看,两厢车销量增长迅速,仅去年国内两厢车的销售就

达到了70万辆,比前5年翻了7番。而且现在仍有众多汽车厂家在加速推出两厢车,甚至有企业已经把两厢车作为重要的利润增长点。国产汽车价格不断下滑,让更多的普通消费者有能力进入到购车者的行列。从调查结果看,消费者购车预算与家庭一年的年收入基本相当。

从不同区域乘用车新增注册量看,2006年北京、上海和广东为代表的一线城市的汽车消费市场已经逐渐进入成熟期,市场增长

率开始放缓,三地的增长速度均低于全国平均水平。尤其以北京地区为例,虽然增长速度依然保持增长态势,但已落后于浙江、内蒙古、自治区等省区的增长速度。

与2005年相比,国内车主在购车时的注重因素变化较大,对车辆安全性、油耗和售后服务的看重程度增加明显,而对价格、品牌和外形设计的看重程度有所下降。这说明,在车型逐渐丰富的中国汽车市场,消费者购车行为更为实际。

素装月饼 价格低一成

晨报讯(记者李若馨)“2007北京购物季”又出新招。记者昨天从市商务局了解到,低于市场价格10%的素装月饼明天将与市民见面。“明天起就能在当代商城、物美超市、庄胜崇光等12个商场超市的40多家门店买到素装月饼了。”市商务局市场运行处副处长刘健昨天表示,此次专门为购物季推出的素装月饼由好利来、桂香村、味多美等几家知名月饼生产厂家生产,分为90元/盒和180元/盒(每盒5块)两款,口味则分为豆沙、枣泥、蛋黄、五仁、麻仁五种。由于外包装简单且使用了再生纸,平均价格将比市场上同档次月饼低了一成左右。

量身选床



17款床垫,10款枕头,5款床架,只要报出自己的身高、体重和睡眠偏好,宜家的工作人员就能为消费者从850种寝具组合中找出最适合其睡眠的床垫、床架和枕头。记者昨天从宜家了解到,其在全球同步推出的“舒适睡眠体验中心”明天将与北京消费者见面。
晨报记者 李若馨 文并摄

广告

赠书通知

为提高国民对骨骼健康知识的了解,特向广大读者免费赠送《养生大世界》一书。主要内容为:新鲜骨折、骨不连接、骨迟缓愈合、各类型股骨头坏死、腰椎间盘突出症、骨髓炎、骨囊肿、骨质疏松症、肩周炎、关节损伤、腰腿痛、颈椎病、各类股骨颈骨折、膝关节退行性病变等防治知识。数量有限,赠完为止!“献爱心·送健康”由著名骨科专家组定于9月1日-7日在北京市东城区安德路10号成林骨科医院为全市骨伤骨病患者举行专题知识讲座。

赠书热线: 84111167 59798802

拨号上网便宜
96692
用户名: 12
密 码: 12