



本报讯(记者 武媛)3月16日,郑州国贸360广场三周年生日派对在花园路广场举行,并揭晓了备受瞩目的郑州国贸360广场吉祥物——“灵灵”。据悉,派对吸引了众多市民围观,现场气氛十分火热,一段精彩的水鼓舞开场之后,河南郑州国贸商业有限公司总经理助理张琪进行生日致辞,接着一个桃红色卡通形象惊艳登场。“通

过公开投选,“灵灵”胜出,成为郑州国贸360广场吉祥物,瞧她那霸气的造型,头发是个‘3’,脑袋是个‘6’,脸蛋是个‘0’,俨然一缩小版‘360’。”主持人向现场观众介绍“灵灵”,并在游戏互动中限量发送,而B-BOX说唱和变形金刚真人秀表演则将生日派对推向高潮。据其相关负责人介绍,作为“时尚

潮BUY新地标”,郑州国贸360广场始终站在潮流的最前沿,而它所举办的站活动也让人记忆犹新,从愤怒的小鸟实体版、新人类玩转恐龙战队、梦幻圣诞降雪、变形金刚展,到缤纷气球展,每一场活动都是河南首例,不仅吸引了众人目光,更牵动着时尚达人的心。郑州国贸360广场将于今后举办更多的潮流活动,引领河南的潮流文化。

维权警示系列报道
今天你维权了吗?

央视3·15晚会每年都会曝出问题产品、消费陷阱和商家骗局,2013年,周大生黄金、江淮汽车、苹果手机等不幸登上黑榜,大多企业虽已第一时间公开致歉,但是否能得到顾客的原谅还看日后表现。然而,对于这些未被点名的违规企业逃得过3·15,不一定能逃得过时间的“法眼”;对于消费者来讲,每天都应该是维权日,为此,本报将推出一系列维权警示报道,为市民的消费之旅“保驾护航”。



你的网购安全吗

本报记者 武媛

日前,中消协称,网购成销售服务投诉“重灾区”,2012年,网络购物投诉近2.05万件,占销售服务投诉量的52.4%。尽管今年央视3·15晚会并未触及饱受诟病的电商领域,但3月初左右,乐蜂网和聚美优品掀起的促销大战,却使网购化妆品深陷假货风波,于是,网购消费安全问题再度引起人们的关注。作为一种新兴的消费模式,网购早已深入到人们的生活中,甚至成为不可或缺的一部分,那么如何简单、及时的避免不必要的麻烦?维权的方法和途径又是什么?

关注一：价格变化快 物品落差大

案例:网购达人小马曾遇到过这样的问题,她在网上看中一件呢子大衣,标价为265元,觉得便宜准备购买,但拍下时价格居然变为327元,更令她气愤的是,收到的实物与图片展示大相径庭。

“事实上,价格和质量应该占网购投诉的很大一部分。”郑州大学电子商务系副教授张建华告诉记者,对于网商自动调价的现象很难控制,因为网上标价并无法律效力,一个网店针对的是全国市场,一旦这件物品卖得好商家就会抬高价钱,才会出现“拍时变价”。

张建华表示,并不是所有商品都适合在网上买,特别涉及到“试用”。至于物品落差大原因在于消费者看到的商品展示是平面图,省去试穿过程,模特和照片显示效果好,对比之下感觉有落差,但多数情况下并不是质量有问题。

为了避免此类困扰,河南省消费者协会建议,网购前需做到“五看”:看网站。尽量选择专业性、信誉度高的网站购物;看价格。网上价格与实体店价格过于悬殊的商品,特别是名牌商品,要谨慎购买,不要盲从轻信;看信誉。要仔细查看购物网站的商家和商品信誉评级,并浏览其他买家对该商家和商品的评价,作为购物的参考;看详情。要看清该商品的详细信息,包括文

字和图片,还有售后服务的内容,避免因误解产生不必要的纠纷;看合同。要注意合同中是否有霸王条款,如“一经售出概不退换”、“商家拥有最终解释权”等条款。

关注二：交货环节乱 服务水平低

案例:由于收货速度慢,加上买到的靴子穿着不舒服、味道大,市民王女士索性给商家一个差评,结果其客服打来电话要求删除差评并追加评论。

除了送货时间延缓,包装破损、不直接送上门、物品被换、态度差等,都是交货混乱的表现。记者了解到,并不是所有的电商都有自己的物流,一部分电商采用第三方物流,一旦物流环节出现问题,消费者往往将责任推至电商,而因为物流、质量等所导致的差评,对于电商来讲影响力举足轻重。

业内人士普遍认为,因为工作失误出现差评,如果商家态度诚恳,并及时有效地弥补损失,消费者可酌情原谅,而一旦因为物流和差评遭个别商家报复,比如将订单上的个人信息随机泄露,那么消费者便可投诉或者报警来进行维权。

怎样解决此类问题?比较谨慎的消费者往往会在订单生成时添加特殊标注和签收时间,收到商品时还注意第一时间查看商品信息是否与

卖家发布的商品信息一致,有无人为的损坏或其他问题。而一旦出现纠纷,消费者需熟知解决渠道:一是与经营者协商解决;二是要求购物商城网站协助维权;三是请求消费者协会调解;四是向有关工商行政管理等行政执法部门申诉;五是向人民法院提起诉讼。

关注三：网购陷阱多 财物损失易

案例:网友楠楠前段时间在搜索引擎上不小心点击钓鱼网站的链接,东西没买到,银行卡里的钱竟不翼而飞了。

“一定要在有ICP备案(鼠标拉到网页最下端可看见)的正规网站网购。”淘宝店店主王蕊说,消费者需通过正常途径的主页进入,尽量不要链接式进入,否则很容易掉进陷阱,遭遇钓鱼网站。

此外,网购陷阱还包括虚假广告和高额奖品,据了解,有些不法网站、网页,往往利用巨额奖金或奖品诱惑吸引消费者浏览网页,并购买其产品,而产品的说明夸大其辞甚至虚假宣传,所以消费者要尽量避免诱惑。

专家建议,在网购的过程中,消费者需索要购物发票作为最主要的购物凭证,并及时与商家联系,使用其网站所提供的聊天工具并保存聊天记录,还要尽量选择第三方支付或者货到当场验货付款的方式付费。

资讯速递

“醒客会”为孩子送去救命钱



本报讯(记者 张涵秋)3月19日,河南第一家职业经理人俱乐部——醒客会的代表,驱车前往焦作,将醒客会成员韩林、李永刚、袁好等47位职业经理人的爱心捐款17310元,交至亟须救助的小女孩王倩手中。

据媒体报道,12岁的王倩,家住焦作市温县武德镇苏王村,由于小肠坏死,在医院救治后,伤口至今未能愈合,需要加强营养,等体质好了再做第三次手术。而小王倩家里家徒四壁,父母都是残疾人,靠家里支付医疗费完成手术简直是遥遥无期。

“醒客会”的工作人员李红娟告诉记者,在了解王倩的情况后,“醒客会”执委会第一时间通过短信平台、群邮件、微博等方式发出“醒客情·爱心行”爱心呼吁书,并得到了各位醒客以及爱心人士积极响应,截至3月18日,醒客会爱心账户已经收到爱心人士捐款17310元。

据了解,醒客会是我省第一个由经理人组成的俱乐部,立足于河南本土的专业公益机构之一,定位新锐、睿智、时尚、求是、人文、爱心,致力于打造河南本土最具影响力、最具活力、最具智慧和创意力的青年经理人交流益智提升互动分享club,此次爱心行也体现了其高度社会责任感。

200余名市民体验骑行

本报讯(记者 成燕)近日,由省旅游局信息中心、省体育局社会管理中心联合郑州统一企业有限公司主办的绿色环保单车骑行体验赛在郑东新区龙子湖畔举行。来自河南农业大学、河南中医学院等多所院校的大学生及部分骑行爱好者共200多名市民参赛。

据介绍,此次活动旨在倡导绿色环保、科学健康的生活方式,期望通过更多市民的参与和关注,引导大家选择绿色低碳出行和科学健康生活消费方式。此次体验赛路线为沿龙子湖高校区环湖骑行两圈,途经河南财经政法大学、华北水利水电学院、河南中医学院等高校,总路程13公里左右。体验赛结束后,主办方还向获奖选手发放了微缩自行车模型、统一卤肉等奖品。

学院奖再掀郑州“创意风暴”

本报讯3月21日,第十一届中国大学生广告艺术节学院奖全国巡讲再次降临郑州,在郑州大学开讲。来自碧生源、快克药业、蒙牛酸酸乳、菲乐化妆品、碧生源手机等多家知名企业的代表,及创意大师——上海同盟广告公司董事、执行创意总监杨和和二十五小时广告执行创意总监陶磊为郑州高校学子奉上一场兼具理论高度和实践深度的创意盛宴。来自郑州地区各大院校的600多名师生在郑州大学度过了一个轻松、高效的下午。

本次巡讲活动得到了郑州大学新闻与传播学院领导及师生的大力支持。活动现场,来自五家命题企业的代表分别结合自身品牌和创意需求为现场学生做了精彩的品牌分享,一方面解析命题,让学生对品牌有更深入的了解,同时答疑解惑,与学生亲密互动。各位学子也受益匪浅,纷纷表示近距离接触品牌对接下来的参赛创作将起到很大作用。

据了解,第十一届(2012-2013)中国大学生广告艺术节学院奖已于2012年12月10日正式在官方网站上完成首轮开题,全国高校巡讲计划在以下城市进行,分别为北京站、济南站、郑州站、太原站、呼和浩特站、天津站、重庆站、合肥站、沈阳站、长沙站、南昌站、福州站、成都站、西安站、杭州站、上海站、南京站、武汉站、广州站。

本届中国大学生广告艺术节学院奖的命题有“碧生源”杯公益广告大赛;快克创意挑战赛命题;战略命题:腾讯微博、腾讯新闻客户端;商业命题:蒙牛酸酸乳、恒安七度空间、盼盼食品、雀巢咖啡、每日新报、修正药业、哎呀呀饰品、锐澳酒业、58同城、菲乐化妆品、朵唯女性手机、华昌珠宝、苏丝丝绸、黄老五花生酥、黄金叶、太阳雨太阳能、广告师考试,以及由《广告人》杂志冠名中国大学生广告艺术节学院奖第四届硕博论文奖。参与本届学院奖的同学可以登录学院奖官网了解参赛详情。(贾斌)

聆听花开的声音

——郑州消费行业女性职场精英访谈录(三)

本报记者 武媛

汤淑闵 (郑州新世界百货有限公司总经理)

美丽箴言:“坚持”是成功的第一扇大门。



汤淑闵,地道香港人,从1996年加入沈阳新世界百货,再转战北京、香港、武汉,到如今接手郑州新世界百货,她一路与梦想同行,20年来成功主导过国内外多家百货开业工作,并对多家超大型时尚百货进行管理经营。

她外表婉约,内心狂野,说话语气温柔,善于沟通,做事十分爽快。她是一个十几岁孩子的母亲,尽管常年奔波但仍会给自己、给家人分出一些时间和空间。

她是性情中人,提到新世界百货她会用已不再纯正的香港口音激动地说:“我和新百有缘,也很有感情,那是一种多年来积淀的归属感。”

上学时由于家庭经济问题,汤淑闵一下做了很多临时工,并都锁定百货公司的导购员,“这个行业门槛低啊,不仅可以赚钱,而且从基础做起先拿到经验。”她说必须深入了解每一个机构都在做什么,员工都在想什么,才能有助于管理工作,从主任到经理再到总经理,汤淑闵每一步都走得很稳健。

那时候的她就对商业有极高的敏感度,认为零售业是全球性服务行业,有很大的发展前途,并立志一定要做到更好。在她的职业生涯中,印象最深刻的便是对新世界百货汉阳店的改造,“我在那里一下子待了4年,努力做调整和提升,还要同步营业,终于实现了汉阳店从坏到好的蜕变。”汤淑闵说,改造时首先必须要思路清晰,找准定位方向和消费群体,考虑所处商圈周边的消费力如何,品牌引进和硬件配套是否完善,还要注重业态和布局。

这是她最骄傲的成绩之一,尽管专业知识和实战经验非常丰富,但她依然注重学习。而提到郑州商业时,汤淑闵却语重心长地说:“相比沈阳,郑州新世界百货的消费力相对薄弱,消费者似乎没有疯狂血拼的‘厮杀劲儿’。”

为了与管城区的消费情况匹配,她

张琪 (河南郑州国贸商业有限公司总经理助理)

美丽箴言:坚持做正确的事,坚持做正确的人。

一如“时尚潮BUY新地标”的定位,事实上,国贸360广场几乎集聚了郑州东北区域大部分时尚达人,即便不是周末,依然人气爆棚,国贸360广场开创了郑州市Mall业态先河,在带给市民多重消费体验的同时,也得到了广大消费者的认可与喜爱。张琪说,这是令她最有自豪感的经历。

“80后”水瓶座、美食、爱狗、宅女……是的,张琪身上贴满了各种“标签”。她伶牙俐齿,十分爱笑;她给人特别舒服的感觉;她是一个充满正能量的人。

2010年,张琪走进了河南郑州国贸商业有限公司,告别了10年新加坡求学和工作历程的她,开始了在国内的第一份工作。鉴于科班出身,有着丰富商管经验的张琪,通过进入各部门了解工作详情,轮岗两个月后便任职总经理助理。

“Mall这一商业形态100多年前在国外已经有了,而国人大多是在2000年左右才开始对它有个认知。”张琪说,无论对于国贸360广场还是她自己,都是挑战与机遇并存,因为Mall业态的首次入驻给河南商业市场带来了前所未有的改变,让消费者在河南都能感受到其独特的休闲购物体验。“作为在中原地区第一个Shopping Mall中工作着的一员,身在其中,最能体会到不断前进中所带来的工作乐趣。”这也是她选择这份职业的初衷。

工作中,张琪主要负责协助总经理工作,除了要保障公司年度经营目标的实现外,也要同时对企划和营运两个业务部门进行日常工作的管控。她深入一线,着眼细节,认真谨慎,细至关注商户每日销售情况、追踪品牌装修进度,大到商场营销方向的把控,张琪忙碌的身影总会不间断融入熙攘的人群,这时候的她一反快乐、明朗的“大女孩”形象,变得犀利、严肃起来,俨然一副女强人风范。“想让大家郑州国贸360广场逛街的每一位消费者享受到轻松自由的购物环境,感受到新颖时尚的潮流体验,就必须把



每一个点的工作都做好,尽职尽责。”张琪说,随着自身的提升和国贸360广场的快速发展,工作节奏加快却不“赶”,她认为这是一个愉快的过程,她在做自己喜欢的事。

“是风,享受风;是雨,享受雨。”面对工作中遇到的问题,张琪给出了最好的答案,她总会及时调整心态,以最佳状态从新起步,在她看来,职场上不分男女,所谓的优势大部分区别于个体,而非性别,想要从事这个行业必须有极高的时尚敏锐度,及时洞悉市场变化需求,有乐于接受新鲜事物的能力。

现阶段的张琪没有家庭的负担,可以有更多的时间投入事业,工作之余她用美食、音乐、旅行来填充生活的色彩,提及梦想,她早已勾勒出幸福的画面:50岁之前退休,重新回到新西兰,开个小花店,享受朴素安静的生活。

张琪希望自己具有能让别人幸福的能力,她就像一朵金黄色的向日葵,不停跟随太阳的脚步,追逐属于自己的晴天。