

节前抢票催生网络“黄牛”



春节将至，不少消费者都在为抢购一张回家的火车票各显神通。与此同时，一些网络平台借机推出有价抢票，“排队券”“云抢票”“专人抢票”等花样百出。消费者通过这些平台订一张火车票，可能需多掏低至几十元、高至百余元的费用。不少消费者质疑，网络平台加钱“抢票”和黄牛倒票没什么区别，不仅侵犯了其他消费者的选择权和公平交易权，更破坏了火车票销售的市场秩序。

网络平台推有偿抢票

在北京工作的谭先生最近一直在刷1月25日回湖南岳阳的火车票。经过几天的努力，谭先生仍然没有刷到车票。1月3日，谭先生从朋友那里打听到，一些网络平台提供有偿抢票服务，有岳阳老乡已经通过网络平台买到了票。这让谭先生觉得有点郁闷。

“我去打听了，很多朋友都是通过网络平台提供的有偿抢票服务购买车票，这种加价购买的行为，我觉得对大多数人来说是不公平的，网络平台的这种服务和黄牛有什么区别？”

谭先生说。

网络平台推出的有偿抢票究竟是怎么回事，《中国消费者报》记者进行了调查。1月3日，记者登录携程网、去哪儿网发现，这些网络平台都提供有偿抢票服务。

在携程网上，记者看到抢票页面上宣传其有优先出票权，进入页面后，有极速抢票35元/份和专人闪电抢票66元/份两个套餐供选择，此外，还有抢票加速包可以购买。以购买一张湖北武汉至北京西的高铁二等座为例，票价520.5元，选择专人闪电抢票，加上默认的抢票加速包5元，共需花费591.5元，比实际票价多出71元。

记者登录去哪儿网客户端，刷票页面同样有套餐可以选择，其中高速抢票需要支付20元，极速抢票30元。另外，去哪儿网页面上还有诚邀火车代售点加入合作的广告，并承诺“低投入，高回报”。

1月4日，记者佯装成火车票代售点负责人，与去哪儿网负责火车票产品运营的工作人员取得联系。在询问代售点情况后，工作人员告诉记者，目前合作模式是平台与代售点签订协议，平台将购票人身份证第一时间传给火车票代售点，代售点出票后可以快速给购买人。“其中有快递和物流的费用可以根据情况给予提成，但是目前多数是给代售点5元服务费，如果客户购买保险的话，也有提成，比如给代售点1元的保险提成”。

随后，记者通过搜索发现，提供类似有偿抢票服务的还有智行、高铁管家等网络第三方平台。

消费者质疑不公平

《中国消费者报》记者了解到，有关通过

网络平台和软件抢票的问题，争议一直不断。原铁道部在2012年召集代售点负责人，强调禁止与网站合作销售火车票。部分火车票代售点也因此被铁路部门处罚甚至关停。2013年，工业和信息化部下令封杀“抢票神器”。有观点指出，这些所谓的“抢票神器”，利用技术优势变相作弊，打破了购票者的机会公平，加重了12306网站的拥堵程度，损害更多消费者的公平交易权利。

记者注意到，前两年盛行的免费抢票软件，现如今成了有偿抢票服务，一些网络平台还借机搭售保险业务。有消费者质疑，在一票难求局面没有解决的情况下，网络第三方平台利用技术手段抢票并加收费用的行为，与窗口倒票的黄牛很相似。

“平台宣称可以提升70%甚至更高的抢票概率，甚至有平台推出了‘抢票险’，声称抢票不成功可以补偿几十元不等的优惠券或者代用券”消费者李政向记者坦言，这样下去，她会担心以后不加钱就抢不到票。“相比之下，那些通过网络平台加钱抢票的消费者，肯定比我们这种自己刷票的更有优势，比如网络平台的带宽、抢票软件的技术优势”。

消费者程小姐认为，抢票平台的这种做法，和黄牛提前买到票，然后加价卖给消费者，在本质上没有什么不同，期待有关部门尽快依据现行的法律法规，对这种现象给予明确和规范。“这些平台的加入对正常购票秩序造成了干扰，对正常排队买票的人很不公平。”程小姐说。

另类黄牛亟待监管

记者发现，互联网平台推出的有偿抢票之所以引起质疑，首先是对正常购票秩序造成了

干扰，让更多通过正常途径消费者感到焦虑，其次就是网络平台推出的有偿抢票是否符合有关规定。

据报道，2013年春运期间，广东佛山一对夫妻，以每张票收10元手续费帮外来工订火车票，因车票数量达数百张，最终被铁路警方以“黑票点”论处，并将夫妻二人刑拘。那么，目前从事有偿抢票的平台又该如何定性？

中国电子商务协会政策法律委员会专家乔聪军表示，网络平台利用增加网络带宽、专人服务等方式“抢票”，且收取相关费用，在一定程度上满足了部分消费者花钱买服务的需求。但如果网络平台是利用不正当手段取得票源，且收取高额费用牟利，则应视为违法行为。有关部门需要公开投诉渠道，根据消费者的投诉情况，合理取证，并根据具体行为确定是否处罚，且需要将处罚结果公之于众。

四川少城律师事务所律师曹毅认为，造成这个问题的主要原因是目前我国有限的交通资源，不能满足庞大的春运客流的需求，导致一票难求，这就给相关网络平台提供了机会。根据我国法律的规定，倒卖车票、船票情节严重的，将会承担刑事责任。但如果仅收取适当的手续费而代买车票、船票的，不是加价倒卖，并不构成犯罪。至于有偿抢票超过了“5元钱购票服务收费标准”是否违规，则需要铁路总公司和监管部门予以明确，究竟是违规抢票，还是合法服务，都应有个说法，让消费者明白白白消费。

“为避免买到高价倒卖的车票，消费者应尽量提前购票，安排行程，最好错峰出行。监管部门要加大监管力度，凡是发现有加价倒卖车票扰乱市场秩序的行为，要坚决依法打击，以维护广大消费者的利益。”曹毅说。

（据《中国消费者报》）

金立M2017发布 为成功注入高科技与人文情怀

“成功的标准是家庭幸福，成功的标配是金立M2017。”12月26日，金立年度高端旗舰新品M2017上市发布会在海口观澜湖冯小刚电影公社举行。有别于其他新品发布会，这是一场由金立M2017代言人冯小刚、徐帆伉俪和金立集团董事长刘立荣伉俪发起的“家宴”。企业家代表吴晓波、江南春和牛文文，以及金立全球供应链伙伴高管也都是首次携夫人出席，并成为金立M2017的首批用户。

在这场“融合人文精神与高科技”的发布会中，金立品牌代言人冯小刚和徐帆夫妇亲临现场，见证《成功的标配》首映。此外，他们还与刘立荣伉俪、吴晓波伉俪、江南春伉俪以及牛文文伉俪一道，分享了他们对成功的定义与评判标准。

金立集团董事长刘立荣表示，金立M2017的发布，将带动金立品牌升级，并借此向全社会发出“回归家庭”的人文精神号召，也标志着金立向高端手机市场迈出坚实的一步。（洪冀）

中信集团收购 麦当劳中国业务

近日，中信股份、中信资本控股、凯雷投资集团和麦当劳联合宣布达成战略合作并成立新公司，该公司将成为麦当劳未来20年在中国内地和香港的主持特许经营商。据了解，新公司将以最高20.8亿美元(约161.4亿港元)的总对价收购麦当劳在中国内地和香港的业务。收购对价将部分以现金方式及部分向麦当劳发行新公司之新股的方式结算。交易完成后，中信股份和中信资本在新公司中将持有共52%的控股权，凯雷和麦当劳分别持有28%和20%的股权。麦当劳现有的管理团队会保持不变，2017年的营运计划保持不变。未来员工薪酬和员工劳动合同不变。该交易仍有待相关监管机构的审批，预计将于2017年年中完成。（据央视）

上海抽检电子鞭炮 不符合率95%

近日，上海市质监局组织开展的电子鞭炮产品质量安全风险监测结果显示，95%的电子鞭炮产品样品与参考依据标准不一致，质量安全令人担忧。质监部门建议消费者在选购及使用电子鞭炮时，应当注意以下方面：建议购买干电池供电的电子鞭炮；不要购买无厂名厂址、无使用说明书的电子鞭炮；电子鞭炮不是玩具，不要让未成年人玩耍电子鞭炮；不要使用外壳已经破裂的电子鞭炮；使用电子鞭炮应当远离易燃易爆场所；按照使用说明书使用电子鞭炮，并注意警示说明。（据《新闻晨报》）

汽车防寒设备藏隐患 慎用毛绒套、加热垫

随着冬季的到来，气温大幅下降，很多私家车主给自己的爱车装上了“防寒保暖”设备。对此，汽修人员表示，冬季汽车保暖首先要做到安全第一，不能一味地贪图暖和。毛绒材质的方向盘在打方向时，会出现打滑，造成一些小事故，建议驾驶员朋友购买带有防滑功能的冬季手套来保暖。冬季流行的汽车加热垫会造成车身电路不稳定，更容易造成线路起火。尽量请有资质的公司来安装，不要自己动手安装。

由于天气转冷，一些女司机为了保暖，方便，穿雪地靴开车，这样的做法也不可取。雪地靴比较厚重笨重，外形比较大，会出现脚底踩刹车不灵敏的情况。踩刹车和油门来回交替时，雪地靴因为很宽，会出现卡在里面的情况，造成安全隐患。（据中国之声《央广新闻》）

8款儿童酱油测试： 纯属营销噱头 与普通酱油无异



国产儿童酱油的一半左右。

6品牌国产儿童酱油，如果每日食用10mL将接近或超过推荐摄入量的一半；如果食用15mL就会超过推荐摄入量(2.25g食盐)。

对于普通消费者来说，食盐的摄入量过多会让他们罹患高血压等疾病的机会大大增加，而小孩子如果常食用这几款与普通酱油几乎同样咸的儿童酱油，则对其健康成长有不利影响。

品质指标：

儿童酱油品质并不更好

儿童酱油真的比普通酱油更鲜美吗？

氨基酸态氮、谷氨酸钠(味精)、铵盐等3个鲜味及品质指标的检测结果显示，海天、千禾、味事达、珠江桥及加加等5品牌儿童酱油的鲜味程度不及其对应品牌的普通酱油；海天及加加儿童酱油的铵盐占比分别高出其普通酱油3%和110%，表明这两品牌儿童酱油的生产卫生情况及质量控制的严格程度较低，品质不如普通酱油。唯一值得一提的是，6款国产儿童酱油的味精含量均低于其普通酱油。

大连工业大学食品学院农绍庄教授指出，鲜味是酱油最重要的特点，而能体现酱油鲜味的指标就是其氨基酸态氮。它反映原料中蛋白质的含量，是好酱油的一个指标。

有业内人士表示，氨基酸态氮的含量高低

不仅可以决定酱油的鲜味等级，还在一定程度上决定酱油的价格。但是从检测结果(氨基酸态氮)来看，儿童酱油并非货真价实。

不过氨基酸态氮越高虽然意味着其氨基酸种类和含量也越多，但是它们并不能对人体起到实质性的营养价值。

济南市食药监局对媒体强调过，如果氨基酸态氮的检测值太高的话，还是很值得怀疑的。四川大学轻纺与食品学院任尧博士提醒消费者，现时酱油市场的竞争非常激烈，有部分企业为了追求高“鲜味”，会想方设法提高氨基酸态氮的含量。所以，消费者遇到宣称鲜味过高的酱油，需要多长一个心眼。

安全指标：

儿童酱油并非“0添加”防腐剂

防腐剂及菌落总数的检测结果显示，厨邦、海天及加加等3品牌的儿童酱油均检测出不同含量的苯甲酸(钠)或山梨酸(钾)等防腐剂，其中厨邦儿童酱油的两种防腐剂总量高达0.85g/kg，接近混合使用的最大限量值1.0g/kg。

在菌落总数的测评中，所有酱油的表现均比较理想；在模拟日常使用7天后，加防腐剂和未加防腐剂的各品牌酱油菌落总数变化都不大。

业内人士强调，只要是在标准要求的范围内，那么防腐剂是安全的。同时使用多种防腐

剂不仅会达到更好的防腐效果，也能使每一种的使用量变小，让产品更安全。

不过，检测结果显示，厨邦儿童酱油及金品生油都使用了苯甲酸钠和山梨酸钾两种防腐剂，总量分别达到0.85g/kg和0.72g/kg，接近混合使用的最大限量值1.0g/kg，而且与其他品牌单一防腐剂的添加量相差不多，但总量更高，这与混合使用能降低各种防腐剂使用量的理论矛盾。

下华伟认为，酱油本身就属于含盐量比较高食品，一般情况下是不容易生长细菌。而负责此次检测的工程师分析，如果酱油企业本身的生产工艺和卫生条件比较好的话是没有必要添加防腐剂的，但添加了且符合标准要求，那么在安全性方面就更有保障。

综合以上的测试结果，得出的结论是：儿童酱油更多是商家为了赚取高利润的噱头，与其高价不符。

“儿童酱油这个产品本身没有出现的意义，就更谈不上标准。”食品工程博士云无心说，“食品监管部门应该监管的是它们(儿童酱油)是否存在虚假宣传，而不是给它们设定标准。”

国家食品安全风险评估中心风险交流部钟凯博士也强调过，“这个儿童酱油本身对孩子来说意义不大，所以根本就没有制定儿童酱油生产标准的必要。”（据《消费者报道》）

创新驱动·房企实践

创新引领 祥泰实业迈入全速发展快车道

——专访祥泰实业有限公司董事长于大卫



2009年以来，祥泰实业秉承“品质筑就美好生活”，累计为100000个家庭实现了筑家梦想。七载春秋，祥泰人把泉城人的期待转换为信赖和赞赏，把后来者的谦虚升华为领军者的自信。光环和荣誉背后，我们看到的是祥泰实业掌门人于大卫对产品品质和社会责任始终如一的坚守与秉持。

深耕细作 祥泰现象辉映泉城

祥泰实业进入泉城七年，从最初拿下地王，撬动化纤厂片区蓬勃发展的祥泰·森林河湾

项目，到被列为市重点项目的区域金融中心——济南南城第一高标志性建筑祥泰广场，再到开启工业北路新东站片区城市格局，与一线房企比拼的祥泰城项目。七个春秋，八盘辉映泉城，是对祥泰实业最漂亮的嘉奖。

问：祥泰实业在短短七年间，成为与一线品牌同台角逐并日益活跃的本土品牌，广受社会瞩目和业界尊重。请给我们介绍一下祥泰实业的成长历程。

于大卫：七年来，祥泰实业始终以深耕济南、立足山东、走向全国的发展模式稳步成长。从最初2009年我们以地王的价格成功拍下祥泰·森林河湾地块，开始了祥泰在济南的征程；到2011年，相继拍下汇东国际和祥泰广场项目地块，标志着我们的发展迈向了全维业态时代，涵盖了住宅、商业、写字楼公寓多物业形态；2014年200万平方米体量的祥泰城项目强势入市，表明祥泰已经具备了操作大规模项目的能力和影响力。历经七年发展，祥泰实业在开发规模、产品类型、品质品牌等方面逐步走上区域领先地位。并在行业中取得了一系列成

绩和荣誉。

责任在心 以建筑之名推动城市发展

祥泰人深知，一家富有责任感的地产开发企业，首先应该是一个成功的城市运营商。基于此，祥泰实业始终站在城市建设的高度，秉承责任先行的理念，锐意进取，在济南城市发展进程中印下了一家责任地产企业的坚实足迹。

问：祥泰以精品立市，已形成八盘联动的格局，请问祥泰不断发展的核心竞争力是什么？

于大卫：我认为主要是我们的战略规划能力和卓越的产品品质。首先，祥泰人济的这七年，能够持续发展，离不开企业创立之初的战略规划，所以，战略规划能力作为核心竞争力的一方面是必要的，也是必须的。再来说品质，我认为它是让祥泰能够不断发展的持续动力，产品品质的高低直接影响消费者对企业的信赖。祥泰这七年的发展一直秉持“品质筑就美好生活”的理念，开发高品质产品，逐渐奠定企业的市场规模，增强了祥泰的品牌影响力，所以说品质也成为祥泰能够不断发展的核

心竞争力。

问：祥泰实业近年来在社会责任、公民义务、精准扶贫等方面做了很多创新性的探索和付出，获得诸多赞誉。请介绍一下这方面的经验。

于大卫：社会责任感首先体现为老百姓提供优质的产品和服务上，产品的设计尽可能做到人性化，比如绿化、车位等都要为业主考虑周到，把业主服务好很重要。其次是做慈善、做公益，祥泰实业积极投身扶贫和公益事业，先后投入数百万用于精准扶贫、捐赠助学、环境保护等。在临沂大学、济南大学设立了奖学金等。一个企业如果从管理层到普通员工都能形成这样的责任感，那么这个企业最终一定会形成大的发展。

与时俱进 创新助力企业长青

2016年，拓展经营思路，完善融资渠道，丰富合作模式，时刻为企业长青注入鲜活元素，已经步入了快速、稳定、可持续发展的新阶段。

问：据我们观察，祥泰实业短时间的快速成长，在发展战略、开发模式、产品研发、品牌培育、团队建设等领域，全面灌注了创新的

基因。请介绍一下祥泰以创新引领成长的思考和经验。

于大卫：近年来，一线品牌相继入济，市场竞争激烈，祥泰的市场份额和销售数据依然保持稳定增长，与时俱进的新理念和变革是祥泰实业始终坚持的信念。祥泰实业充分发挥体制机制优势，创新合作发展模式，目前已与政府、国企、民企等多种性质机构展开深入灵活的合作。比如祥泰广场一期项目就是我们与济南市中区政府合作，共同打造“山东新金融中心”；还有我们与济南市中区投融资平台市中控股国有企业的合作项目祥泰广场二期。这两个项目成功地合作并运营开发都是我们开拓新思路，以全新视角审视市场的典范之作。

后记：七年，有成就，有荣耀，有艰辛。祥泰实业从创建初期的成长，到发展中的调整，现正逐步走向成熟和壮大，始终把自身的未来责任紧扣在市民的生活需求上来，把成长的动力追溯到品牌营造上去。与时俱进，创新思维，为这个城市的可持续发展贡献自己的力量。这是一个有底蕴的本土民营企业的使命和担当，祝福祥泰！（胡文楷 尹吉）