

古稀老人助力我市爱心捐款

本报讯(记者 窦娜)“樊增气全家爱心捐款500元”,在市慈善总会捐赠办,这样的捐款不算大数额,但却足以让工作人员记住这个热心人的名字。因为从今年7月份以来,“樊增气”这个名字已被市慈善总会捐赠办工作人员反复写了很多次。

今年71岁的樊增气老人,是纱厂的退休职工。老人的慈善之旅始于汶川

地震,之后只要知道周围的人有困难,他和老伴都乐于慷慨解囊。

市慈善总会捐赠办工作人员告诉记者,今年7月底的一天,两位老人敲开了捐赠办的门,并捐赠了200元现金。8月、9月,每到月底老人就会坚持送来200元爱心款。

“大伯,有什么事吗?”昨日,看到两位老人来到市慈善总会,捐赠办工作人

员热情地问道。“我和你大姨的养老金涨了,今天再来捐500元。”樊增气老人说。得知了老人的来意,工作人员向两位老人表示了感谢,并开具了收据。“现在生活好,养老金不断涨,子女也孝顺,我们没什么负担,就想着每个月拿出几百元,表达一下自己的心意。”樊增气老人希望,通过自己的爱心,能为弱势群体和困难群众解决点实际问题,使真正

需要帮助的人得到救助。

据了解,自9月5日全市慈善工作会议召开后,我市爱心企业和个人纷纷慷慨解囊,截至目前,除樊增气老人之外,市直还有6家单位捐款,共募集爱心款8.3万元。

与此同时,各县市区也相继开展爱心捐款活动,截至目前,全市共接收爱心捐款518.3万元。

金秋重阳时 浓浓敬老情

金秋重阳时,浓浓敬老情。项城市各镇办和部分单位、企业以及社会爱心团队,纷纷走进敬老院、老年公寓等慰问老人,弘扬尊老敬老爱老孝老的传统美德。图为重阳节当天上午,项城市委办公室和团市委联合组织志愿者走进李寨镇敬老院,为这里的老人们送去酸奶等慰问品,和老人们一起共度重阳佳节。

张永久 摄



重阳节 老年用品消费市场有点冷

本报讯(记者 窦娜)昨日是重阳节,记者走访市场发现,相比情人节、母亲节等节日,重阳节“银发经济”显得不温不火。

昨日,记者在走访中看到,与国庆黄金周火热的时尚用品促销相比,重阳节的“银发经济”遭到了冷遇,商家普遍对重阳节促销缺乏热情。

在七一路某商场,记者看到,重阳节促销的商品仍以豆奶粉、燕麦片等老年保健品为主,其他老年人常用的服装、鞋帽、老花镜、放大镜等生活用品,基本没有降价、买赠活动。“逛了几家商场,也没有发现针对老年人服饰的促销活动,保健品、营养品平时就经常给老人买,而按摩器等保健器材也不可能重复购买。”在商场为父母购买节日礼物的市民冯女士说。

一向主打感情牌的花店,也未重视重阳节效应。“重阳节相比母亲节和情人节,买花的较少,以往我们也没有针对这个节日做活动。”七一路一家花店的老板

告诉记者,与圣诞节、情人节等“舶来节”相比,重阳节市场显得波澜不惊,所以也不会购进大批鲜花筹备。

“商家把我们这些老头子、老太太忽略了。”家住交通大道的王老先生一脸落寞地告诉记者,重阳节前,他一直期待节日里商家能有促销活动,这样他就可以买早就看中的一款按摩椅,但结果让他很失望,“银发市场”好像被人遗忘一样静悄悄!“现在,除了营养保健品,适合老年人穿的、用的消费品实在太少,而且极少促销,让人很难买到称心的商品。”在采访中,不少老年消费者抱怨道。

商家为何对重阳节不感冒?某超市负责人表示,市场上老年商品少、服务缺位、利润偏低,是重阳节难以形成消费热潮的主要原因。此外,国庆长假促销活动刚刚结束,消费市场正处于疲软期,商场在大幅让利之后需要一个缓冲,而重阳节正处于这个时间段,因此难免遭受冷落。

“十一”期间12315数据显示

通讯类产品成投诉热点 预付卡、物流快递等投诉明显上升

本报讯(记者 窦娜)“十一”期间,我市消费市场火爆,消费者的烦恼也陡然增加。昨日,记者获悉,节日期间市工商局12315申诉举报指挥中心共接到消费者咨询、投诉、举报226件,其中咨询199件、投诉24件、举报3件,与去年同期相比增加27.77%。

从受理的投诉来看,通讯类产品的质量问题最为突出,存在的主要问题有,手机质量检测困难,发生质量问题争议又因缺少公平的法定鉴定机构,故障责任难以判定;“三包”期内手机出现故障,被商家或厂家认定为人为因素所造成,将责任推给消费者;商家修理不做记录,使消

费者无法按规定享受换货、退货权利;资费不透明,被无端扣费。

近年来,预付费消费卡被使用的范围越来越广,但由于消费周期较长,监督力量缺失,已成为消费者投诉的热点问题。从“十一”期间受理的涉及预付费相关投诉来看,预付卡消费呈上升态势。

“针对假期里受理的投诉、举报案件,我们均已认真登记并及时分派至辖区工商部门进行处理。”市工商局12315申诉举报指挥中心负责人提醒消费者,消费时一定要索要消费凭证,一旦发生消费纠纷,请及时拨打12315和工商部门取得联系。

线索提供:张勇

