

## 关于成立 家电俱乐部的 启事

《周口晚报·家电》栏目创办以来，热心咨询者众多，有打听哪个商家服务最优的，有询问哪个卖场价格最低的。读者的关心、关注、关切，让栏目组有了更大信心。为回报广大读者厚爱，本报特成立晚报家电俱乐部，目的想通过晚报的影响力，让读者购买家电时最省钱，为读者和商家建立起沟通的桥梁。

凡近期有购买家电意向的读者，即可免费加入晚报家电俱乐部成为会员。本报将利用晚报主流媒体的信息优势，联合周口信誉好、有实力的家电商家并郑重承诺，向读者提供最体贴的服务，给读者提供周口本行业最低价的家电产品。参加晚报家电俱乐部，让晚报帮您讨价还价，免去了众多烦恼，真正做到商家薄利多销，读者优惠购物。

家电俱乐部拉近了加盟商家和消费者的距离，同时也为商家提供了一个展示良好形象的平台。

欢迎读者参加俱乐部。读者加入会员办法为：发本人身份证号码和真实姓名至18639402659即可成为会员，并可领取家电俱乐部会员卡，凭会员卡在指定商场购物即享受超值优惠。欢迎家电商家加盟俱乐部。加盟电话：13592220016、18639402659。

周口晚报家电·市场部

## 我国累计节电 2050亿度

46项强制性能效标准显成效

标准是提高效率、增进效益的重要手段。我国国家标准体系已基本形成，在工业消费品安全、农产品和食品安全、节能减排、战略性新兴产业等领域形成了一批重要标准。特别是我国制定46项强制性能效标准，并据此推行能效标识制度以来，累计节电2050亿度。

目前，世界上主要的三大标准化国际组织分别是国际标准化组织、国际电工委员会和国际电信联盟，它们负责为国际市场制定并发布标准与建议书，以及确定世界标准日主题。今天是第43届世界标准日，主题为“减损耗增效益——标准提高效率”。我国自1978年重新进入国际标准化组织以后，每年的10月14日都在全国各大中城市举办各种形式的纪念活动，并开展有关标准化的宣传。

据大会主办方国家标准化管理委员会相关负责人介绍，截至2012年9月底，我国国家标准总数已达28749项，其中强制性标准为3555项；承担国际标准化技术机构的重要职务达到94个，由我国提交并立项的国际标准提案237项，其中114项已经正式发布。

(林莉君)



# 三部委发文 严防骗领家电节能补贴

节能家电补贴实施4个月后，三部委针对推广工作中出现的问题进行完善和调整。近日，财政部、国家发改委、工信部联合发文称，将加快补贴资金拨付进度，适当简化补贴资金兑付程序，并加大补贴资金监管，严防骗补行为。

### 实施中存在诸多问题

为扩大消费，今年6月全面启动推广符合节能标准的空调、平板电视、电冰箱、洗衣机和热水器节能产品政策补贴，推广期限暂定一年。

根据相关细则，节能空调根据能效等级和制冷量不同补贴180元到400元，节能电视根据能效等级和尺寸不同补贴100元到400元，补贴方式也最终确定为“厂商先降价、国家后补贴”的方式。首批入围的企业有42家。

三部委表示，目前节能补贴工作已经带动节能家电销售明显加快，节能产品份额不断提高。同时，还存在补贴兑付环节多、现有推广品种难以完全满足消费者需要、监管信息报送不及时、消费者对政策理解不够充分等问题，这在一定程度上影响了

政策实施效果。

### 销售时即兑付补贴资金

针对上述问题，三部委对财政补贴资金监管等办法进行了完善。按照规定，推广企业要按旬及时统计上报终端销售数据，财政部将根据每旬销售数据预拨补贴资金。推广企业在收到补贴资金后，与商家结算时间不得超过5天，确保将补贴资金及时结算给各经销网点。

同时，对于消费者适当简化补贴资金兑付程序。有关企业应当在销售时即将补贴资金兑付给消费

者，不能要求消费者在购买后二次回商场领取补贴。

三部委称，将加大补贴资金监管，严防骗补行为。对月报信息不及时、月报数据与旬报数据差距较大的企业，财政部将停止预拨补贴资金。并由第三方机构对推广企业的各项情况进行核实。

对提供虚假信息、骗取财政补贴的节能家电生产和销售企业，将在媒体上曝光予以通报批评、追缴补贴资金并加倍处罚，情节严重的将取消推广资格，并追究企业责任人相关责任。

(新京)

“11·11”进入倒计时

## 电商铆劲备战年底大促

一次，让世界沸腾！ 全场5折！ 全国包邮！ 仅此1天

商品 店铺

首页 品牌导航 品牌特卖 海淘品牌 海淘&海外馆 综合卖场 会员中心

5折狂欢 史上最低价 百年等一回 限时疯抢 仅限今天

东阿阿胶限量珍藏版、53度茅台九龙墨宝30年等。

根据预售平台的规则，预售商品价格由订金和尾款两部分组成。部分商品的预售价格可以根据订购人数的不同而不同，订购人数越多价格越低。天猫预售平台负责人马军表示，“这个平台的优势在于不仅稀有的是商品的材质和数量，更有低于线下专柜以及原产地市场价格。”

此外，还有不少商家们通过发送优惠券刺激预先消费。从10月11日开始，包括Only、Adidas、飞利浦、海尔、宏基等在内的几乎覆盖全类目的1500多个品牌也全力参与优惠券发放，优惠券价值总额将突破千亿元级别，而所有优惠券仅限“11·11”当天使用。

天猫总裁张勇表示，“我们绝对不会容忍有人挂羊头卖狗肉，先涨价后降价或是用低价缺货来欺骗用户，还要尝试创新与用户互动的方式。”

此次“11·11”狂欢节，阿里集团旗下淘宝、天猫和聚划算三大事业群将共同出击，仅天猫入围“11·11”的商家就从去年的2000家激增至1



万家以上。初步估计，服务于“11·11”狂欢节的商家、快递业、支付行业、第三方服务业以及电商平台等相关行业从业者，将达百万之众。

有别于往年光棍节大促、全场五折的提法，商家沟通会上被反复强调的，是消费者狂欢节。

“越来越多的消费者的购物行为、生活习惯正因电子商务发生变化，但当前电商跟用户的交流方式仍然处于一个非常初级的阶段，主要还是靠货架售卖来交互。”张勇说，“所以今年‘11·11’我们提出一个新目标，就是要在用户互动上有新的发展，要让用户真正感受到是一个狂欢，而不仅仅是打折买东西。”

天猫尝试在促销之外引入了消费节的概念，预计当天淘宝和天猫吸引的独立用户将超过1亿，消费总额达到52亿元。

### 从备战“双十一”开始 快递业招兵买马忙“囤人”

记者通过招聘网站发现，宅急送、中通、汇通、圆通等多家快

递公司最近几个月都发出了招聘公告。以中通为例，中通将在原有1.9万辆各种揽收车辆的前提下，新增2000辆左右的揽收车辆及4000人的临时揽收人员，同时，还将在转运环节新增300台班车。

而申通则早从今年4月份就开始，要求下属各网点公司必须透支改造平台能力，5月份开始已储备1.2万人，并在今年新建了11个分拨中心，承载60万单的快件量。

据了解，除人员储备外，各快递公司还将暗战范围扩大到改扩建处理场地，并购置车辆和相关处理设备、建立健全以公司总裁为首的旺季生产指挥系统，并制定相应的旺季生产应急预案。

此外，记者还从中国快递协会了解到，协会已经提前一个月组织国内9家快递企业备战“11·11”。中通邮政、顺丰、四通一达、宅急送等企业都参与了此次会议。同时快递行业协会还专门成立了旺季生产领导小组，由各快递企业法人协调“11·11”当天工作。

(今早)