

## 铁道部新规今起执行

## 乘普通火车迟到,车票将作废

●买儿童票标准提高10厘米●坐动车行李限20千克  
●“旅客出站车票回收”争议条款被删除

本报11月30日讯 铁道部新修订后的《铁路旅客运输规程》和《铁路旅客运输办理细则》将从今日起开始执行。新规中除了将儿童票执行的身高标准提高10厘米外,在车票改签等方面也做了重大调整。

## 儿童半价票标准长了10厘米

儿童半价票标准比过去长了10厘米,原来是身高1.1~1.4米的儿童可购买半价座票,现在是身高1.2~1.5米的儿童可购买半价座票。这也就意味着,儿童乘火车免票的身高上限,将由1.1米提高到1.2米。目前,火车站已经按新规定修改检测线。

学生票比过去也多了3条限购规定。新增了3种不能购买学生票的情况:学生证没有按时办理学校注册;学生证优惠乘车区间更改但未加盖学校公章;没有“学生火车票优惠卡”、优惠卡不能识别或者是优惠卡芯片存贮的信

息,比如乘车区间、学校信息与学生证记载不一致的。

## 普通火车票改签须开车前办

改签的变化,主要是涉及普通车和动车。

新规中要求,普通列车火车票改签须在开车前办理。也就意味着说,如果赶不上普通列车,车票将作废。新细则明确规定,旅客不能按票面指定的日期、车次乘车时,应当在票面指定的日期、车次开车前办理一次提前或推迟乘车签证手续,只有特殊情况,比如因病等情况、并持有医院证明,在站长同意后可以在开车后2小时内办理。

新规中,持动车组列车车票的旅客不受开车后2小时内限制。如果没有赶上动车组列车的话,车票并不作废,还可以去办理改签手续。

除了改签,还有中转签证手续。新规定中,直达票旅客中途下车,车票作废。



12月1日起,铁路儿童票的身高标准调整为1.2米—1.5米,身高1.2米以下的儿童乘坐火车将无需购票。 新华社图

## 车站将不再回收车票

新规中增加乘坐动车组列车乘客只能携带长宽高总和不超过130厘米,重量不超过20千克的行李。

从明天起,除非有特殊情况并经列车长同意,持低票价席别车票的旅客不能在高铁票价席

的车厢停留。

还有下车后,车站将不再回收车票。新规中,出站时车站回收车票的条款已被删除了。

“车票其实就是旅客与承运人之间的一个合同,即使旅客出站,火车站也无权回收旅客的火车票”。湖南湘鼎律师事务所刘聚才律师表示。 ■记者 朱玉文

## 铁道部将推出铁路一卡通

可能在高铁率先使用

本报11月30日讯 铁道部与中国银行宣布启动银联标准铁路预付卡项目合作。

银行方面人士表示,这种铁路预付卡类似公交一卡通,有望在一些高铁线路和动车线路上率先使用。

根据中国银联和铁道部签署的协议,今后将提供多种方式的购票服务,火车站刷卡购票、自动售票机售票、售票窗口刷卡购票都将可能。此外,手机、电话、互联网等新兴支付方式也将应用于购买火车票。

■记者 朱玉文

## 节能新产品新技术推介展示会召开

本报11月30日讯 今天,湖南省首届公共机构节能新产品推介展示会在长沙开展。

展示的产品和技术包括太阳能与热泵等新能源利用产品和技术、计量仪器仪表产品和技术、办公照明设备新产品和技术、中央空调系统节能新产品和技术、合同能源管理等新的能源管理模式项目等7大类。

■记者 朱玉文

## 经济信息

## 深度观察:蜂产品生产大国的真蜜到底在哪里?

日前,央视《每周质量报告》连续曝光蜂蜜、蜂胶等蜂产品掺假问题,消费者在倍感紧张的同时,整个蜂行业也备受拷问。那么作为蜂产品生产大国,真正的好蜜、好蜂胶都在哪里?

据原中国养蜂学会蜂产品专业委员会主任、中国农业科学院蜜

蜂研究所研究员袁泽良介绍说,蜂产业需要以全产业链作为保障,仅在行业源头对原料的掌控环节就不是低门槛的事儿,不具备实力的企业根本不可能做到。

众所周知,食品安全问题大多数是出现在源头的原料上,而蜂产品更是如此,由于蜂蜜的季节性很

强,每个蜜源开花期很短,只有很短的时间才能从蜂农中收到该种蜜,因此,蜂企不仅需要庞大、专业的采购团队和巨额的收购资金储备作为支撑,而且还需要收购标准和检测体系作为蜂产品品质的关键控制点,否则无法从源头上保证产品的纯正和天然,蜂胶更是如此。

在原料的采购上,笔者在采访

几家老牌蜂企后发现,汪氏蜜蜂园对于原料关的做法值得借鉴。首先,汪氏蜜蜂园在自建基地、与蜂农建立合作社的基础上,还拥有一支庞大的采购团队,据汪氏蜜蜂园相关负责人表示,这支收购队伍成员此前均为蜂农或行业从业者,拥有相当丰富的经验,曾在历届全国蜂产品行业感官检测比赛中囊括蜂蜜和蜂胶多项团体和个人第一名。

在花期时节,这批专业的收购

队伍会下到各个蜜种蜜源地进行采购,这些经验丰富的采购人员首先会对原料进行感官检测,对原料蜜的色泽、气味、蜜种及对采集时间的长短等逐一进行检测,同时,在采购过程中会抽取两份样品,一份委托秦皇岛出入境检验检疫局技术中心进行检测,另一份送至公司内部进行感官、理化及仪器检测,任何一方出现问题,都会终止收购,从而在源头上就杜绝了掺假现象的发生。

## 苏宁8大攻略打造“史无前例”促销季

## “我们不是玩噱头,是势在必行!”

单月100店新开、跨年300亿采购、220款特供机型、200万顾客关怀计划……

进入12月,自9月连续发起三轮促销战后,苏宁电器一改“温婉”策略,利剑出招。“我们将延续20周年庆典的攻势,决心将12月打造成为消费者买电器的狂欢月。”11月30日,在苏宁电器20周年盛典月新闻发布会上,苏宁电器相关负责人这样对外表示。据悉,这场在新浪微博开设了直播区的新闻发布会,包括苏宁电器副董事长孙为民等高层悉数出席,吸引了5万余名网友追捧,足见人气之盛。

■戴和清

## 20年磨砺,苏宁变身家电连锁“带头大哥”

记者了解到,苏宁之所以底气如此十足,与来自全国电器厂商的支持密不可分。经过20年的沉淀,苏宁电器已从当年电器连锁偏安一隅的小老弟,一跃成为国内电器连锁的“带头大哥”,其“服务是苏宁电器唯一的产品”企业宗旨更是赢得了消费者的广泛赞誉。“远的不讲,就拿湖南苏宁电器为例,进入长沙仅仅6年,买电器到苏宁已经成为众多湖南人的消费惯性。”湖南苏宁电器总经理夏卫华说。

这还与苏宁电器坚持新店开拓战略息息相关。资料显示,截至11月28日,苏宁在大陆、香港和日本的总店数已经达到1283家(香港23家、东京8家),还计划在12月

份新开店70家(香港2家),重张店面30多家,全月开业店面100多家。如此一来,到2011年初,苏宁电器总店面将突破1350余家。

凭借快速稳健的发展、优秀的经营业绩和成熟的品牌形象,苏宁电器的市场操作能力已无可置疑。“厂家必须跟着苏宁电器的节奏来,不然会在大卖场失去江山。”有业内人士表示。在活动现场播放的宣传片中,LG、联想、海尔、美的、中国联通、海信、夏普、博西、三星等众多全球知名品牌董事长给予苏宁20周年亲笔祝词和寄语即为证明。

## 打造“史无前例”促销季势在必行

“12月的促销季,我们不是玩



人潮涌动的苏宁电器卖场

噱头,是势在必行。”面对记者的提问,夏卫华肯定地说。记者注意到,素来儒雅沉稳的他,这次显得有些“锋芒毕露”。

业内分析认为,苏宁电器即将在12月26日迎来20周年庆典,本来就是不错的促销由头。加上12月历来是商家促销的旺季,市民购物热情和愿望大增,都在一定程度上给予了苏宁决策层的信心。

夏卫华还称,苏宁电器自成立以来,一直得到了广大消费者的厚爱,“总部拿出如此多的资源和促销力度回馈消费者,是势在必行,一点都不觉得意外。”这位苏宁电器的“老口子”还向记者透露,“这个时候不拿出实际行动,是对社会不负责任的表现。”

有观察人士还表示,2009年,苏

宁已经成功实现了销售规模行业绝对领先地位,在虎年12月强力推出20周年促销盛典月,旨在打造消费盛宴的同时,加速推进连锁网络、销售规模的“大跃进”,彻底奠定苏宁电器行业领跑的绝对优势地位。

## 线上+线下联动促销盛典月

据苏宁电器总裁金明介绍,苏宁将在这场“史无前例”的感恩促销活动中,将祭出八招回馈消费者。具体而言,这八招是:跨年300亿大单采购,单月150亿惠卖;30亿全品类联合让利计划;20款专供+200款特供产品专属方案;海内外联动促销计划;工程、团购渠道促销计划;200万顾客关怀服务计划;跨地域跨年演唱会计划;苏宁易购超

级折扣计划等八大营销攻略。

“肯定的讲,我们这次活动是苏宁成立以来最大的一次促销活动。”夏卫华告诉记者,“这也在很大程度上彰显了苏宁的实力和业界地位。借用苏宁电器副董事长孙为民的话说,这次促销活动,其时间跨度之长,前所未有;地域范围之广,前所未有;渠道渗透之多,前所未有;资源力度之大,前所未有。”

记者获悉,彩电、空调、冰箱、洗衣机、电脑、数码等产品是此次苏宁促销的主要门类,如三星电视、美的空调、西门子专供冰箱及摩托、三星手机等都将盛典月中有重磅促销武器推出,其他如中央空调、净水系统、家庭影院等,参加团购和工程机还可享受到8折左右的折扣。

苏宁易购也将热闹非凡。据悉,这个苏宁花重金打造的BTOC购物网站,单日独立IP访问量已经突破50万左右。“12月8日、9日两天时间里,苏宁将推出整点秒杀活动,最前沿的时尚数码、单反相机、诺基亚N8系列手机等都将参演。”夏卫华说,“我们还将开辟99元专区,并设置了3D电视等奖项。”

“在盛典月期间,苏宁客户还可通过全国服务热线、店面预约、网上预约等方式,享受苏宁电器的售后服务,并可免费获得苏宁电器精心打造的售后服务手册。”夏卫华说。