

理发半小时,卖了5次卡;两年前买了房,至今仍接到房产中介的推销电话

# 商家过度营销让消费者不知所措

**本报讯** (记者杨学义)“办张会员卡吧,有优惠”“发质太硬,烫个头吧,过年也精神”“发质太干,做个护理吧”……近日,从进入理发店到结账付款,在北京工作的孙先生共花了半个小时,在此期间理发师苦口婆心地劝说他办理会员卡、增加额外项目。

“我数了数,一共有5次。你说不用做护理,他们就说对头发不好;你说不住在附近,办会员卡不划算,他们就说在全市都有分店。”孙先生告诉记者,理发师的话让他无言以对,最后面子上挂不住,“很不情愿地交了几百元钱,办了个会员卡”。

《工人日报》记者调查发现,除了理发行业,通讯、房地产、保险、餐饮等众多行业,都普遍存在着过度营销的情况。

北京的王女士告诉记者,她隔三差五就会收到中国移动打来的电话,“我的移动卡是2012年办理的,有的月份会有流量超额的情况,10086就经常来电话,推销流量套餐升级。”王女士表示,她对10086第一次打来的电话表示理解,并表示不需要办理该项业务。

但此后,10086还是经常性地打电话推荐,这让她不可理解。“之前已经在电话里明确谢绝了,为何还要频繁骚扰我?”

“再接到推销电话,我会挂掉!”王女士表示,她已经对推荐流量升级套餐的电话产生了抵触情绪,“与其费力推销,不如将精力放到提升服务上。”

在河北省固安县工作的赵先生两年前在当地购置了房产。由于当初看房时在房产中介留下了电话,至今还频繁接到房地产销售人员的电话。“真恨不得有一个黑名单,我

现在想把所有推销房产的电话屏蔽掉!”他

说,“这让她不可理解。”“之前已经在电话里明确谢绝了,为何还要频繁骚扰我?”

“再接到推销电话,我会挂掉!”王女士表示,她已经对推荐流量升级套餐的电话产生了抵触情绪,“与其费力推销,不如将精力放到提升服务上。”

在河北省固安县工作的赵先生两年前

在当地购置了房产。由于当初看房时在房产

中介留下了电话,至今还频繁接到房地产销

售人员的电话。“真恨不得有一个黑名单,我

消费越来越高,更重要的目的是让他们更加依赖公司提供的服务。

根据记者的调查,一些商家的过度营销达到目的后,服务质量却并不见明显提高,甚至有所下降。“之前在一理发店办过会员卡,但等到再去的时候发现,他们会把你选择价位高的理发师,说服你烫头、做护理,提高价格,总之就是想方设法尽快将卡里的钱花完。再后来这家店干脆转让了,卡里余额打了水漂。”孙先生表示,之所以不想再办卡,就是不想再被“套路”。

记者了解到,一些行业的过度营销都存

在这种问题。有通讯行业业内人士表示,之所

以不停给用户推荐增值业务,除了让消费

者

## 两部门明确公益性捐赠税前扣除政策

本报北京2月26日电 (记者北梦原)为落实公益性捐赠企业所得税税前结转扣除政策,进一步鼓励支持公益性捐赠行为,近日,财政部、税务总局联合发布《关于公益性捐赠支出企业所得税税前结转扣除有关政策的通知》(以下简称《通知》)。

《通知》明确,企业通过公益性社会组织或者县级(含县级)以上人民政府及其组成部门和直属机构,用于慈善活动、公益事业的捐赠支出,在年度利润总额12%以内的部分,准予在计算应纳税所得额时扣除;超过年度利润总额12%的部分,准予结转以后三年内在计算应纳税所得额时扣除。

《通知》自2017年1月1日起执行。为最大限度保障纳税人权益并做好与《中华人民共和国慈善法》的衔接,《通知》规定2016年9月1日至2016年12月31日发生的公益性捐赠支出未在2016年税前扣除的部分,也可按《通知》规定执行。

财政部表示,公益性捐赠结转扣除政策的出台实施,将进一步加大对公益性捐赠的税收支持力度,有利于我国慈善事业的健康发展。

### 义乌集贸市场 2017 年成交额增长 8.9%

义乌中国小商品城工艺品经营户胡晓青(右)在向伊朗客商介绍一幅花卉美术作品(2017年12月23日摄)。

据浙江省义乌市市场监管局统计,2017年义乌集贸市场实现总成交额1493.2亿元,同比增长8.9%;其中中国小商品城成交额1226亿元,同比增长10.9%。

新华社记者 谭进 摄

## 兰州局多措应对节后客流高峰

本报讯 (记者康劲 通讯员强科)从2月24日开始,中国铁路兰州局集团迎来南下、西进客流出行高峰。仅在当日就发送旅客26万人次,比去年同期增长55.32%,增幅排名全路第一。其中,宝兰高铁和兰新高铁面临较大压力,兰州、兰州西、天水、天水南、秦安、张掖西、嘉峪关南等站客流持续走高。

为此,兰州局集团加开兰州西—北京西G4016次等8对高铁、普速列车。高铁列车采取重联编组,兰州至北京、上海、广州、乌鲁木齐等客流集中方向每次普速列车加挂硬卧和硬座共7辆,最大化增加运能运力,确保旅客不排长队、不拥堵、不滞留。

## 江苏海门开展运输企业检查

本报讯 今年春运以来,江苏海门公安交警联合交通、运管、城管、安检等部门对辖区内的危化品、客货运、校车等重点运输企业开展拉网式春运道路交通安全联合检查活动。

据介绍,检查人员详细检查了公司危化品车辆安全状况,审核了驾驶人资质,并核查了企业春运前期安全教育、安全管理制度、应急处置预案、GPS监控值守记录等各项工作台账。同时,公安交警部门还约谈了公司负责人,通报了近期车辆违法情况,要求企业严格落实单位安全主体责任,加强安全教育,为春运创造良好的交通环境。

(孟德善)

## 保监会开9张罚单严打车险乱象

新华日报 记者谭谈晓

保监会近日下发9张行政处罚决定书,罚单直指车险乱象,涉及人保财险、太平财险、太平洋财险、平安财险四家财险总公司及其分支机构。

近年来,车险市场以高费用为手段开展恶性竞争问题尤为突出。整治车险市场虚列费用等乱象成为2018年保监会的重点工作之一。

梳理上述险企被罚的原因,均为给予或

者承诺给予投保人保险合同约定以外的保

险费回扣或者其他利益以及编制提交虚假

报表。

行政处罚决定书显示,2016年11月至

2017年6月,人保财险在某车险平台开展集

分宝抵扣商业车险保费的营销活动。人保财

险预付资金向某集分宝公司购买集分宝,某

集分宝公司收到款项后将相应数量的集分宝

发放至人保财险名下的集分宝账户。人保财

险使用上述集分宝,在客户支付商业车险保

费时直接抵扣一部分保费。

上述情况并非个例,太平洋财险、太平财

险均存在使用集分宝抵扣保费的情况,平安

财险则通过向某信公司购买定向积分的方

式,赠送投保人定向积分以抵扣车险保费。

除了恶性价格竞争,四家财险公司编制

提交虚假报表情况也比较严重,具体表现为

操纵财务数据、手工做账、不按保险业务规则

进行分保等,旨在逃避监管。

从处罚情况来看,保监会对高管与机构

实施双罚,对人保财险四川分公司、太平财险

四川分公司、太平洋财险福建分公司以及平

安财险四川、宁波分公司的负责人采取撤销

任职资格等处罚措施,并责令五家分支机构

停止接受商业车险新业务3个月。

保监会有关负责人表示,人保财险、太平

财险、太平洋财险、平安财险是车险市场竞争

的主要参与者,依法查处有利于形成震慑,确

保市场平稳健康发展。

2月26日,河北邯郸,市民在超市内购买现场制作的元宵。元宵佳节临近,一些商场、超市内由面点师傅按照传统手工元宵技艺现场制作的元宵,受到市民的青睐。

新华社记者 郭群英 摄/视觉中国



元宵节临近 传统手工元宵走俏

### “推动高质量发展的历史跨越”论坛举行

## 专家表示动力变革是高质量发展的关键

本报北京2月26日电 (记者杨召奎)中国(海南)改革发展研究院院长迟福林今天在北京举行的“推动高质量发展的历史跨越”高峰论坛暨《动力变革》新书发布会上表示,转向高质量发展的“三大变革”中,质量变革是主体,效率变革是重点,动力变革是关键,也是实现质量变革、效率变革的前提条件。该论坛由中国(海南)改革发展研究院、中国工人出版社等联合主办。

中国社科院学部委员张卓元认为,我国转向高质量发展阶段,是一个深刻的发展动能转换过程,不仅取决于能否把握国内外环境的趋势变化与第四次工业革命的历史机遇,更取决于能否顺应趋势以及新旧动能转换的决心,让稻子变成“金子”。

2013年,李华靓被选为马场村党总支书记后不久,他为村民们带来了更新潮的现代农业理念——稻田私人定制销售。合作社通过线上、线下相结合的营销模式,为全国的消费者提供土地定制、生态鸭田米定制、饮食文化推送和水稻种植技术咨询等服务,打造生态鸭田米产业链。仅此一项,加入合作社的村民就年增收2万元,金色的稻谷真正变成了“金子”。

平坦的田间水泥路、修葺一新的排水渠……生活富裕起来的马场村如今人居环境越来越美。“从没想马场村能变得这么漂亮,有了好支部,好日子还在前头呢!”村民孙兵感慨道。

事实上,从最初的势同水火,到后来的实体零售企业自建网站,电商平台开店,再到“牵手”一起走,线上与线下的融合,经历了一个由浅到深的探索过程。

以步步高为例,2015年4月,步步高宣布移动跨境电商平台“云猴全球购”上线,目标2年内业务做到全国第一。但结果是经营不及预期,业务调整之下,“云猴全球购”在2017年最后一天关停。无独有偶,2017年末万达旗下的飞凡电商大规模裁员,这些都充分说明,实体零售企业转型线上并不容易。

基于前车之鉴,新零售演绎出“故事”新版本:以资本合作为纽带,线上线下深度融合,携手发展“智慧零售”和“无界零售”。步步高、腾讯、京东三方的设想是:

换的实际进程。

迟福林表示,在转向高质量发展的新时代,之所以突出地强调动力变革,主要原因在于:一方面,在要素成本上升、环境问题严峻、经济全球化不确定性加大的背景下,如果继续沿用政府主导、要素投入、投资拉动的传统增长模式,不仅无法保持经济中高速增长,而且会使高产能、高库存、高杠杆、高成本、低效率、低质量等结构性矛盾继续累积;另一方面,在新技术、新业态、新产品不断出现、国际经济竞争日益激烈的新形势下,实现高质量发展必须把自主创新作为第一动力,以人才资源为第一资源,加快建设创新型国家。

中国社科院学部委员张卓元认为,我国转向高质量发展阶段,是一个深刻的发展动能转换过程,不仅取决于能否把握国内外环境的趋势变化与第四次工业革命的历史机遇,更取决于能否顺应趋势以及新旧动能转换的决心,让稻子变成“金子”。

2013年,李华靓被选为马场村党总支书记后不久,他为村民们带来了更新潮的现代农业理念——稻田私人定制销售。合作社通过线上、线下相结合的营销模式,为全国的消费者提供土地定制、生态鸭田米定制、饮食文化推送和水稻种植技术咨询等服务,打造生态鸭田米产业链。仅此一项,加入合作社的村民就年增收2万元,金色的稻谷真正变成了“金子”。

事实上,从最初的势同水火,到后来的实体零售企业自建网站,电商平台开店,再到“牵手”一起走,线上与线下的融合,经历了一个由浅到深的探索过程。

以步步高为例,2015年4月,步步高宣布移动跨境电商平台“云猴全球购”上线,目标2年内业务做到全国第一。但结果是经营不及预期,业务调整之下,“云猴全球购”在2017年最后一天关停。无独有偶,2017年末万达旗下的飞凡电商大规模裁员,这些都充分说明,实体零售企业转型线上并不容易。

基于前车之鉴,新零售演绎出“故事”新版本:以资本合作为纽带,线上线下深度融合,携手发展“智慧零售”和“无界零售”。

步步高、腾讯、京东三方的设想是:

换的实际进程。

迟福林表示,在转向高质量发展的新时代,之所以突出地强调动力变革,主要原因在于:一方面,在要素成本上升、环境问题严峻、经济全球化不确定性加大的背景下,如果继续沿用政府主导、要素投入、投资拉动的传统增长模式,不仅无法保持经济中高速增长,而且会使高产能、高库存、高杠杆、高成本、低效率、低质量等结构性矛盾继续累积;另一方面,在新技术、新业态、新产品不断出现、国际经济竞争日益激烈的新形势下,实现高质量发展必须把自主创新作为第一动力,以人才资源为第一资源,加快建设创新型国家。

新华日报 记者龚雯

日前,步步高宣布,腾讯和京东分别以8.87亿元、7.39亿元持股步步高6%和5.26%。步步高复牌,一度高开2.58%。

除了步步高,最近一个月,家乐福、万达、居然之家等实体零售“大佬”们均出现在互联网巨头的“联姻名单”上。随着腾讯、阿里不断“跑马圈地”,动辄数十亿甚至百亿元的“大手笔”频频出现。新零售大战升级,消费者将从中受益。

事实上,从最初的势同水火,到后来的实体零售企业自建网站,电商平台开店,再到“牵手”一起走,线上与线下的融合,经历了一个由浅到深的探索过程。

以步步高为例,2015年4月,步步高宣布移动跨境电商平台“云猴全球购”上线,目标2年内业务做到全国第一。但结果是经营不及预期,业务调整之下,“云猴全球购”在2017年最后一天关停。无独有偶,2017年末万达旗下的飞凡电商大规模裁员,这些都充分说明,实体零售企业转型线上并不容易。

事实上,从最初的势同水火,到后来的实体零售企业自建网站,电商平台开店,再到“牵手”一起走,线上与线下的融合,经历了一个由浅到深的探索过程。

以步步高为例,2015年4月,步步高宣布移动跨境电商平台“云猴全球购”上线,目标2年内业务做到全国第一。但结果是经营不及预期,业务调整之下,“云猴全球购”在2017年最后一天关停。无独有偶,2017年末万达旗下的飞凡电商大规模裁员,这些都充分说明,实体零售企业转型线上并不容易。

基于前车之鉴,新零售演绎出“故事”新版本:以资本合作为纽带,线上线下深度融合,携手发展“智慧零售”和“无界零售”。

步步高、腾讯、京东三方的设想是:

换的实际进程。

迟福林表示,在转向高质量发展的新时代,之所以突出地强调动力变革,主要原因在于:一方面,在要素成本上升、环境问题严峻、经济全球化不确定性加大的背景下,如果继续沿用政府主导、要素投入、投资拉动的传统增长模式,不仅无法保持经济中高速增长,而且会使高产能、高库存、高杠杆、高成本、低效率、低质量等结构性矛盾继续累积;另一方面,在新技术、新业态、新产品不断出现、国际经济竞争日益激烈的新形势下,实现高质量发展必须把自主创新作为第一动力,以人才资源为第一资源,加快建设创新型国家。

新华日报 记者龚雯

日前,步步高宣布,腾讯和京东分别以8.87亿元、7.39亿元持股步步高6%和5.26%。步步高复牌,一度高开2.58%。

除了步步高,最近一个月,家乐福、万达、居然之家等实体零售“大佬”们均出现在互联网巨头的“联姻名单”上。随着腾讯、阿里不断“跑马圈地”,动辄数十亿甚至百亿元的“大手笔”频频出现。新零售大战升级,消费者将从中受益。

事实上,从最初的势同水火,到后来的实体零售企业自建网站,电商平台开店,再到“牵手”一起走,线上与线下的融合,经历了一个由浅到深的探索过程。