



“吃一桌打九折,吃三桌不打折,不欢迎多消费?”

包桌消费气煞消费者

商家为吸引、留住顾客,往往会推出打折卡、贵宾卡或参与其他一些机构的联合打折活动,并签订协议保证给持卡人一定程度的优惠。但不少市民在使用中却经常遇到商家以各种理由不履行打折或不完全履行的情况。这不,住在东风路附近的李女士3月1日在信息学院路小南国就餐时就遇到了闹心事。

晚报记者 李珂

投诉:一桌打九折,三桌不打折,不欢迎多消费?

“当时全家老老少少坐了两大桌一小桌,是我们到了之后零点的菜,可结账的时候出示打折卡,工作人员却以‘三桌以上算包桌’为由不予打折。我实在是想不通,零点消费一桌可以打折,3桌却不可以打折,难道吃的多了酒店不欢迎?”李女士介绍,3月1日是父亲的生日,考虑到自己有一张可以在小南国打九折的打折卡,所以把家宴定在了小南国,没想到却遇到了这样的闹心事。

商家:三桌以上算包桌,不能打折

李女士将此情况反映给本报后,记者迅速与酒店的一位姓强的经理取得了联系。但强经理给予的答复是,按照他们的规定,3桌以上就算包桌,而根据与发卡方当初签订的协议,包桌是不打折的,所以他们没有给李女士打折,而是免去了零头。而一般消费者对“包桌”概念的认识则是“非零点消费且整桌已优惠过的套系酒席”,比如消费者与商家协商的“500元桌”或商家自行推出的“588元桌”、“888元桌”等价位,其每道菜品的合计实际要大于这个数,哪怕就是一桌也算是包桌,而一道菜一道菜累计的整桌消费,即使3桌也不应算为包桌。但店方对于记者提出的如果消费者一桌一桌结账如何打折时,店方给出的结论是执行打折政策,并称“一般没有人这么麻烦,如果他们硬要钻我

们政策的空子,我们也没办法”。

解决:答应退钱,但海鲜不能打折

此后,记者多次与小南国酒店有限公司董事长刘怀生联系,刘怀生表示已经通知店方查明情况,拿出处理意见后会主动与记者联系。但直到3月12日,记者再次致电店方,一位姓李的经理向记者表示,经过他们董事会的讨论,决定退李女士少打折的钱。但同时李经理又提出了一个新问题,根据协议约定,海鲜产品不打折,所以退钱只退李女士当天所消费鲈鱼、基围虾等菜品以外少打折的钱。

疑问:鲈鱼到底算不算海鲜?

小南国方解释,按照大多数餐饮企业的认定,鱼头、虾、鲈鱼、中华鲟等即使淡水中产的鱼也属于海鲜,并不仅限于海里所产的鲍鱼、扇贝等。

那么海鲜到底该如何定义?商家的解释是否只是一家之言?记者又咨询了全家福总经理尹群,她解释,从学术上来说,鲈鱼等属于河鲜,但在餐饮企业执行打折的时候确实都是统一按海鲜来对待的。至于为什么海鲜不打折,尹群的解释是“海鲜的价格不稳定,同时,打折卡不是商家的义务,而只是一种对顾客的回馈或表示感谢的态度”。

河南省餐饮行业协会副秘书长张海林对海鲜是这样界定的:一是海产,二是鲜活。“鲈鱼等属于江鲜,中华鲟是国家保护动物就不能卖,基围虾是人工养殖的也不能算严格意义的海鲜。”

后续:

小南国海鲜不打折赶走50桌婚宴

经过本报协调,李女士消费1668元,按九折算应该优惠166元,但按照小南国的解释,李女士消费的虾、鲈鱼等属于海鲜,不在打折范围内,最终给出了优惠108元的折扣,即在刚开始优惠68元的基础上再退给李女士40元钱。

对此,李女士认为,鲈鱼等不能算作海鲜,况且这些菜的单价较高,无论是利润还是利润率都远高于一般菜品,酒店却不打折她有些想不通。“我觉得酒店这样规定有些不合理,所以商家答应再退的40元钱也不打算要了,而且原来准备把侄子结婚的50桌婚宴放在小南国的,现在即使跑远一些也要换个地方,不能让自己气不顺。”李女士表示。

餐饮维权3·15

作为一名普通消费者,你在就餐时是否遭遇过被奸商坑害?是否遭遇过霸王条款?当你遇到这些情况时,是否觉得自己身单力薄、无可奈何?或者投诉、维权成本太高?即日起本报推出餐饮消费维权热线67655272,如果你在外就餐时遭遇了不公正待遇或利益受到侵害,我们将及时为你提供帮助。

晚报记者 李珂

合作商家征集中心

本报消费俱乐部已经拥有近两万名会员,而“10元吃大餐”活动更是吸引了大量会员的关注。如果您希望与我们合作,请拨打电话67655031咨询、报名。

美丽瘦身不花钱喽!

——10名幸运读者获得全程免费减肥名额

秀域美业、中国保健协会古方减肥与养生研究基地联合本报三方共同举办的“古方减肥大公证”活动取得热烈反响,共有两百多名读者报名,很多朋友热切地讲述了自己“屡战屡败”的减肥经历,更有读者说“我今生最大的梦想就是减肥,我要获得这个机会,美梦成真了。”

十八个城市同时“大求证”,真牛!

据悉,郑州仅是这次活动的一站,为了更好地研究中国人的肥胖并探讨更好的减肥方法,中国保健协会古方减肥与养生研究基地协同秀域公司在全国十八个城市同步举行这个“百人公开大求证”活动。

说到减肥,很多人都摇头,上当受骗倒罢了,又花时间又伤身体,还受气!秀域在全国几百家店,为什么敢于公开挑战、公开求证了?笔者走访秀域总经理李晓宁女士,才知道,秀域这么有底气,真的有秘密!

“秀域古方减肥源自传统中医,在这个基础上,秀域专家不断吸取其他方法,到现在也有二十多年的经验。”李晓宁女士说:“肥胖的诱因有很多种,一般的减肥都是单一方法,古方减肥采用五行磁罐、耳穴、推拿、现代仪器,根据诱因不同有三十多种不同的方法,自然效

果显著。”

慕名而来人太多,真火!

秀域特别在16日举行了一次海选会,一方面选拔出10名幸运读者,更是为广大肥友咨询。笔者在现场一看,人多的不得了。张女士说:“我早就想去减肥了,朋友也跟我说过好多次了,秀域啊,知道很久了!”王小姐更是快人快语:“选上了我要减,选不上还是要减!”

笔者发现一个奇怪的现象:中年人好像特别多,男士也有不少。中国保健协会古方减肥与养生基地的黄老师解释说:“秀域古方减肥很有特点,不仅能减肥,还对身体有好处。所以,我们一直在专项研究减肥与养生课题。秀域针对中年人的肥胖确实有绝招,在这个人群中口碑也特别好。”

幸运名单公布,敬待结果。

经过激烈的选拔,十名幸运读者名单水落石出。他们将获得为期45天的免费减肥疗程。首期入选的这十名幸运儿是:王奚媛、王丽、阴宝琴、虎永健、刘明阳、马西麟、毛晓丽、张彦超、范玉朵、赵磊。

一个多月后,他们会发生怎样的变身神奇,让我们拭目以待。

春季有特价,减肥+美白二合一。

由于很多朋友错失良机,尽管郑州的海选活动已经结束,但是不断有读者打进热线电话,希望能参与到这次活动中来,为了满足读者们的愿望,本报与秀域协商,特别为大家提供春季特惠。

美丽速瘦卡:原价480元,现价只需:199元,另赠送价值400元的春季美白护理课程。立刻拨打热线电话66385680 65107177,让自己也能春季大瘦身,美梦成真!



据英国权威调研机构Canadean最近公布的报告,张裕作为中国企业首次跻身2007年葡萄酒全球十强。随着中国葡萄酒产业走向强盛,它在品位阶层中的心理位置正在稳步上升,喝洋酒是身份、地位象征的观念正在被抛弃。

中国葡萄酒受品位阶层青睐

在这个瞬息万变的全球经济体中,消费方式已化被动为主动,消费者能以最快的速度了解到品牌的任何细小差别。中国葡萄酒随着品质与品牌实力的提升,越来越受到中国品位阶层的青睐。

日前,万事达卡国际组织发布了《中国富裕阶层品牌偏好》报告,在葡萄酒方面,中国品牌领先西班牙、澳大利亚及德国名列第三位,受欢迎程度出乎意料。

多年来,喝洋酒在富裕的中国品位阶层中是身份、地位的象征,而如今,中国葡萄酒能力压众多洋酒获得青睐,表明它在品位阶层中的心理位置正在稳步上升。

与西方悠久的葡萄酒历史相比,尽管中国葡萄酒的兴起才100多年,但正如家电、化妆品、啤酒等产品一样,随着中国消费力量的崛起,中国葡萄酒产业也在走向强盛。据英国权威调研机构Canadean(佳纳地)最近公布的报告,2007年全球葡萄酒10强中首次出现亚洲企业的身影——张裕集团以6.95亿美元销售收入位居全球第10位。

当然,中国品位阶层消费转向更重要的动因还在于品质的提升。社科院刘彦平博士认为,近年来随着高端产品酒庄酒的发展,中国葡萄酒的品质得到快速提升,从而进入了品位阶层的视线,与洋酒展开激烈竞争。

就记者所见,目前在一些高档酒楼和西餐厅,洋葡萄酒不再一枝独秀,而以张裕等中国品牌的高端酒庄酒杯叠交错的情形则比比皆是。有商家表示,以往喜欢喝法国葡萄酒的高端消费者,现在都纷纷转向喝张裕爱斐堡酒庄等知

名品牌。

甚至在国际市场,爱斐堡酒庄酒正在逐步进入拥有较高消费力和鉴赏水平的西欧,以出众的口感、醇厚的风味,赢得了习惯波尔多葡萄酒的英国人的一致赞赏。英国皇家品酒师乔纳森·雷为此专程到北京参观爱斐堡酒庄,并在英国《每日电讯》撰文称,中国已经能酿出一流好酒,必将成为下一个智利,崛起于世界。

就像所有伟大艺术品一样,没有岁月的沉淀,欣赏不了一流的葡萄酒之醇香。中国品位阶层对葡萄酒的消费心理,已从消费洋酒的地位象征,逐渐演化到对葡萄酒文化内涵的生活方式和态度追求。

如果说张裕进入全球十强,代表着中国品牌“硬实力”的提升,那么葡萄酒文化作为一种“软实力”,才是真正抓住高端消费者消费心理的关键。可以说,对文化推广制高点的争夺,将决定未来中洋葡萄酒在高端市场的竞争走向。

李冰冰



海选现场