



郑州国际车展 今日开幕

一年一度的郑州车市盛典开始啦，汽车界国际巨头再度齐聚一堂！今日，2014第七届郑州国际汽车展览会（简称“郑州国际车展”）在东区郑州国际会展中心拉开帷幕。据悉，此次车展将汇集近80个主流汽车品牌强势入驻，300多家海内外展商倾力加盟；囊括国内100%主流汽车品牌，众多品牌携A级展具亮相车展。

郑州晚报记者 李丽君

80个主流汽车品牌入驻

据了解，“郑州国际车展”是由方厂、经销商协力为消费者打造的车市盛宴，已成功举办六届，今年是第七届。本届车展11月7日开始，11日结束，为期5天，由郑州市人民政府支持，中国汽车流通协会、中国汽车工程学会、中国汽车工业国际合作有限公司、尚格会展股份有限公司共同主办。力求将本届车展办成郑州乃至中原地区历来最豪华、最专业、最优惠、最具影响力的地方权威汽车盛宴，献礼中原车友。

车展现场展出总面积9万平方米，两层10余个展厅，近80个主流汽车品牌强势入驻，300多家海内外展商倾力加盟；囊括国内100%主流汽车品牌，众多品牌携A级展具亮相车展。在历届郑州国际车展现场，车友见识了方厂高档双层展具、千平方米超大展台的壮观场景。在本届郑州车展现场，梦幻魔术、传统杂技、模特走秀、歌舞演艺与各色诱人车型同台亮相，为传统车展再添新趣味。

亮点车型首发

除了100%主流品牌全线入驻，国际超豪跑车闪耀现场，车展也带来了各类品牌新车发布，为中原地区市民打造全面的购车平台，同时将引进极具亮点的高端品牌概念车、新能源汽车等。

据车展负责人介绍，本届车展参展品牌包括奔驰、宝马、奥迪、捷豹路虎、凯迪拉克、克莱斯勒、JEEP、进口大众等。“劳斯莱斯、兰博基尼、保时捷、法拉利、宾利、玛莎拉蒂、阿斯顿马丁等超豪品牌齐聚，讴歌NSX Concept概念车、电影《变形金刚》擎天柱原型彼得拜尔、福特F650超级越野车等‘偶像’车将首现中原，和车友近距离接触。”

同时，本次车展也将是首个以汽车改装、赛车文化、漂移文化、跨界文化创意活动综合一体的改装盛会，皮卡、路虎、保时捷卡宴、12寸升高红色牧马人等改装车也将展示在现场。

“炫动中国梦”汽车模特大赛将现场上演

独具个性的改装车、全国限量款车型除了提供传统的静态展示外，更提供给现场车友试乘试驾的豪华体验：劲爆十足的百米加速、漂移、绕桩表演将带来超值的动感观展享受。

壮观的室内大舞台，将上演“力与美”的钢管舞、人体彩绘色彩艺术、乐队天团献歌……作为郑州国际车展历届经典活动之一，“炫动中国梦”2014郑州国际

车展汽车模特大赛将现场上演。此外，郑州国际车展也为购车用户争取最大力度优惠政策。在岁末车商冲量特惠、万人团购砍价大军、国际车展专供车型的热销优惠基础上，组委会更推出会员回报政策，购车返现、购车补贴、购车送油卡等轻松购车套餐随机相送。



今年“双11”

拼的是移动端

原来动动鼠标，现在动手手指

“只需要一部智能手机，衣食住行基本上我可以全部搞定。”郑州一位酷爱网购的张女士说。其实，这确实是当下许多年轻人的生活状态。由此，不难发现，电商如今拼的不是PC端，而是移动端。往年“双11”，电商希望消费者动动鼠标，今年则要动手手指。 郑州晚报记者 赵柳影

各大电商布局移动端

随着智能手机的普及，移动端越来越成为商家必争之地。

先来看一组数据，根据阿里巴巴集团公布上市之后首份财报，2014年第三季度，来自移动端的交易额达到1990.54亿元，占整体交易额的35.8%，移动业绩大幅增长。

接下来，对于近期天猫一系列在移动端的布局，我们就很明白其用意。

据悉，“双11”前夕，天猫在移动端持续发力，向会员推出四大特权，包括“优先购”、“专享购物券”、“T4宝箱”和“T4专场”。

同时，阿里巴巴集团旗下及投资的移动客户端，如微博、UC、优酷、高德地图等，也助阵天猫“双11”。

除了天猫，电商平台京东日前表示，“双11”期间京东手机客户端、微信购物入口、手机QQ购物入口及京东微店和拍拍微店都可以进入秒杀。此外，京东还将借助腾讯的微信、手机QQ等众多资源助力“双11”。

手机购物将成为主流渠道

“现在身边可以没有电脑，但不能没有手机，因为手机方便。”从事行政工作的孙先生说，在跟朋友吃饭、唱歌、逛街，或者工作的闲暇时间，都可以通过手机网购，这是一种随时随地的享受，不同于电脑。

通过一组数据，或许我们更能直观的体会。去年“双11”，手机淘宝单日活跃用户达1.27亿，成交笔数达3590万笔，交易笔数占整体的21%。仅在第一分钟，就有200万人拥入手机淘宝。

“从去年开始移动端占比逐渐加强；预计今年‘双11’移动端交易占比将从去年的20%增长到50%以上，手机购物已经成为主流渠道。”业内人士分析。

确实，移动购物除了能够充分利用网民的空余时间，突破PC限制实现随时购物之外；更容易在三四线和农村市场得到推广，因为在广大农村市场，手机的保有量远大于PC。

今年“双11”

虚构优惠将被严查

郑州工商约谈本土电商，禁止先涨后降

“双11”还没到，各种宣传广告已满天飞。2013年“双11”淘宝与天猫350.18亿元的总销售额使今年“双11”各大商家的比拼更加白热化，“虚假宣传、假打折暗加价”等各种欺诈消费者的销售行为也随之出现。为了规范我市网络交易平台的秩序，昨日郑州市工商局召集本土电商平台经营者，对其进行网络交易平台行政指导。 郑州晚报记者 李丽君

数字：3万多家经营性网站已入网监库

昨日上午，企汇网、世界工厂网、金马钢铁网、淘宝网特色中国河南馆等10家本土电商平台参加了郑州工商局召开的网络交易平台经营者行政指导会议，并签署了《郑州市网络交易平台经营者自律承诺书》。

“我们已经对郑州本地的15万家电商进行搜索、比对、入库。”据郑州市工商局市场处副处长李振南介绍，目前比对的3万多家经营性网站已全部纳入郑州市工商局网络监管中心的网监库里。“这个数字还在不断增加。”

问题：每年11月是网络购物投诉的高峰期

“双11”是消费者的狂欢节，也是其被侵权的“重灾区”。“如果电商宣传的最低价是欺诈行为，虚构价格。消费者如若遇到，可以索要多付款项。”郑州市工商局相关人士表示。

郑州市工商局相关负责人表示，每年11月是网络购物投诉的高峰期，消费者投诉的问题主要集中在：产品质量有瑕疵、假冒伪劣等质量问题；拖延送货、拒绝退换货、拖延维修等售后问题；对促销活动做虚

假宣传等广告问题。

李振南说，近几年网络交易平台违法违规行为主要有网络交易平台准入把关不严；对商品信息的审查处置不力；消费者权益未能得到充分保护；网络经营数据过度封闭；销售行为管理混乱等。

举措：工商部门将严查电商虚构优惠

座谈会上，郑州市工商局向网商们提出要求，比如，要在网站显著位置，事先公布促销活动的期限、方式和规则。全面梳理近期网络商品价格，防范一些经营者采取先涨价后降价方法虚构优惠信息，欺骗消费者，更不能因促销降低商品质量。

李振南提醒消费者，电子标签相当于网上营业执照，目前我市已有1939家企业贴电子标签，网站屏幕下方如果有此标志，则是基本安全的。

维权：网购一族可通过三种方式维权

那么，对于售后到底该如何维权呢？李振南告诉记者，消费者可以通过三种方式进行维权。首先，是找网络经营平台进行投诉，一般的网络经营平台都会有一个投诉受理的流程。其次，可拨打工商部门的维权热线12315进行投诉。最后，在郑州市网络监管的外网在线进行投诉。