“不喝酒多吃菜,拒绝酒驾不算赖”

别酒驾成婚宴“祝酒”词

本报2月5日讯(记者 牟张涛 通讯员 赵萍) “放下筷子水代酒,今生今世样样有”,“不喝酒多吃菜,拒绝酒驾不算赖!”这是在庆云县一结婚喜宴上,婚礼司仪道出的劝诫酒后驾车的“祝酒”词。

“近日参加聚会的市民较多,酒后驾驶违法行为也相应增多,我们多次到酒店、宾馆等婚宴场所开展‘珍爱生命,拒绝酒后驾驶’宣传活动。”庆云县交警大队民警告诉记者,他们还通过悬挂标语、张贴挂图、发放公开信等形式,劝诫司机朋友“酒后不开车,开车不喝酒”,并把印有“为了你和家人的幸福,请勿酒后驾驶”的卡通宣传品摆上了酒店餐桌。“婚礼司仪也主动宣传劝告大家不要酒后驾车。”民警说,现在“酒逢知己千杯少,劝你车子不要跑”、“若要亲人不牵挂,酒后不要把车驾”等婚宴祝词在市民中很流行。

“近段时间,民警也加大了对酒后驾车交通违法行为的查处力度。”民警介绍说,在时间上,酒后驾车易发的13时至15时和20时至22时,醉酒驾车易发的23时后,民警在城区各主要街道、交通安全检查服务站,采取定点查纠和流动巡逻相结合,加大查纠力度。据统计,2月1日至3日民警共查处酒后驾驶违法行为6起,其他交通违法行为89起。

节后出行

2月5日,旅客在德州火车站候车室外排队等待检票乘车。年后铁路出行人数有较大幅度的提升,火车站增派人力、增加室外临时检票口,对旅客进行疏导分流,确保旅客有序乘车出行。 本报记者 马志勇 摄

商家虚假宣传

“羽绒棉”变身“羽绒服”

本报2月5日讯(记者 王衍 通讯员 冯晓清 徐晓) 本想过年买件新衣服图个喜气,可没想到明明自己买的是“羽绒服”,回家一看却变成了“羽绒棉”。近日,齐河县工商局就处理了这样一件商家偷换概念的事件。

1月20日,齐河市民小王到县城购买过年的新衣,在齐河第一小学附近的一家服装店,看中了一款“羽绒服”,并以260元的价格将其买下。回到家,小王却发现衣服袖子的腋窝处有一道小口子,里面露出来类似于棉丝一样的东西。明明买的是“羽绒服”,没想到里面塞的竟然是“丝棉”,小王找到服装店,要求退货。

服装店的老板以衣服是小王自己扯坏为由,拒绝为小王退货,并解释说自己没说衣服是“羽绒”的,而是一种新颖的类似羽绒的丝棉,叫“羽绒棉”。2月1日,小王到齐河县工商局进行了投诉。工商人员调查发现,小王购买的棉衣吊牌上,除两个明显的“羽绒”字样,还有一个很小的“棉”字。吊牌上也没有详细的成分说明,极易让消费者误认为是“羽绒服”。

工商人员指出,这种行为违反了《反不正当竞争法》第九条的规定:“经营者不得利用广告或者其他方法,对商品的质量、制作成分、性能、用途、生产者、有效期限、产地等作引人误解的虚假宣传。”经过调解,服装店老板答应给小王退货。

在调查中,工作人员还发现,服装店里库存该款式棉衣二十多件。店老板说,这批衣服是自己从济南某批发市场进的货,一共进了40件,已经卖了十几件。工商人员责令老板立即将这批服装下架,停止销售,并对此案进行进一步调查处理。

下水道堵塞 污水淹了储藏室

本报2月5日讯(记者 牟张涛) 因为下水道堵塞,污水不仅在楼道口横流,地下室也积了很深的污水,这让家住北园小区45号楼6、7单元的居民很闹心。

“我们单元楼的化粪池堵了,楼道门前不时地溢出污水,并且污水还流到了储藏室里。”居民石先生拨打本报新闻热线2600000。

5日,记者来到北园小区45号楼前,楼前的数个下水井盖都被掀开了,里面堆积着很多杂物。“每座楼都有一个化粪池,我们这座楼的化粪池都三四年没有清理了,不堵才怪呢。”居民周先生说,在居民用水高峰期,楼前的下水井就开始往外冒脏水,气味很刺鼻。

随后,记者跟随居民来到6、7单元的地下室,发现两个地下室内的积水深处将近10厘米深。“这还不算深,最深的时候平均得有10多厘米。”居民赵先生说,该楼地下水冒了有半个月了,从3日开始冒得比较严重。

今年77岁的田女士说,该楼上住的大多数是老人,储藏室都是污水,对居民影响很大,“我们每天从储藏室里往外推自行车,都是让别人帮忙,更别提在里面放东西了,什么都得往楼上提。”记者在现场看到,该楼其他单元门前也有污水溢出。

“我们找了物业和居委会,事情一直没有解决。”居民赵先生说。

记者随后联系了北园物业公司的王经理,王经理说,45号楼污水外溢他知道,“居民每年交的84元钱是卫生费,我们已经在亏本运营了,实在没有能力也没有义务去为居民疏通下水管道和化粪池。”王经理说,居民可以选出一位代表,然后凑些钱找清理公司将下水管道和化粪池进行疏通,事情就可以解决了。

记者此后又联系上北园居委会的肖书记,肖书记说,“当时就给居民说,让大家凑些钱交给物业,找清理公司对管道进行清理,但钱一直没有凑起来。”肖书记说,如果居民不愿意凑钱交给物业,建议居民去房管部门申请物业基金,然后对管道进行清理。

节后价格飙升

黄金:427元/克

本报2月5日讯(记者 马瑛) “年前饰金降价的时候没买,心想可能过了年还得降,谁知道不仅没降,价格还一路攀升。”5日,市民李女士懊恼地说。

5日,记者走访了德城区内几家金店了解到,春节前千足金黄金饰品曾数次降价,跌破400元,价格为399元/克,又刚好赶上龙样饰品销售火爆,不少市民纷纷关注黄金饰品。市民李女士告诉记者,她是属龙的,当时看好了一块黄金龙形的吊坠,由于金价不稳且一直在降价,她本以为春节过后还会降价,犹豫再三没有购买,今天到商场一看金价已经涨到了427元/克,后悔当初没有买,导致现在需要多花不少钱。

“金价一天一个价格,波动得很厉害。”湖滨大道某商场品牌金饰的导购员告诉记者。记者了解到,金价两天前刚涨至427元/克,在此之前金价由年前的399元/克直接涨至419元/克。尽管黄金价格一路飙升,但记者调查发现,黄金饰品销量并未受影响。

“人们买饰金主要是佩戴,并不是收藏,饰金重量较小,对顾客来说涨价影响还是比较小的。”天衢路一家金店的杨经理说。

Passat谁与争锋 2011零售破16万再次称雄B级车市

日前,来自中国乘用车联席会的最新数据显示,2011年上海大众汽车Passat品牌销量达161,806辆,毫无争议地夺得2011年B级车市销量冠军之位,以无可匹敌的强者之姿,延续了12年领跑国内B级车市的传奇辉煌。自进入国内市场至今,Passat品牌累计销量已突破120万,同时凭借战略级车型全新帕萨特的助力,Passat品牌还多次刷新B级车市的单月销量纪录,成为中国车坛一道空前绚丽的风景。

B级车市的“双塔奇兵”

2011年的中国车市进入了市场低潮期,而B级车市的竞争却没因此而放缓,相反各汽车厂商的竞争日趋白热化。在此种背景下,Passat品牌旗下的全新帕萨特与领驭系列车型如同B级车市的“双塔奇兵”——全新帕萨特的零售实现89,064辆,领驭销量亦达到72,742辆,以出色的品质和卓越的实力占领了该细分市场中的高地。

自2011年4月上市以来,全新帕萨特便成为B级车市的明星车型,上市第三个月起单月销量便迈过一万台的门槛,上市第四个月即荣登B级车市场的月度销量冠军,此后开始便牢牢占据该细分市场领跑者地位。

全新帕萨特傲人表现既是Passat品牌精髓的传承,也是上海大众汽车创造性地应用定制化原则的成功典范。作为上海大众汽车的战略级车型,全新帕萨特将目标消费群体定位在“中国现代社会之中坚,拥有远大理想并不断开启未来的社会精英”。在设计上,整车采用了大众汽车集团最新设计语言,外观沉稳大气;在动力总成上,搭载了代表全球尖端技术的TSI发动机和V6发动机、配以全球领先的DSG双离合变速箱;此外全新帕萨特还采用了超越同级的人性化配置、可靠的德系品质,以及众多智慧前瞻的安全保障,为我国B级车市场注入新的活力。

尖兵车型载誉中国车坛

Passat品牌进入中国12年来,载誉无数,至今已收获了百余奖项桂冠,而全新帕萨特自2011年4月上市以来,更是已经独揽包括东方卫视、新浪汽车等权威媒体评出的近40个奖项。

2012年1月,由新浪汽车主办,融入了网友评选、职业车手专业测试、专家评委深度试驾、资深网友试车等多环节的新浪年度车评选,授予全新帕萨特全场最大奖项“2012年度车大奖”,以及“年度公务车奖项”成为全新帕萨特年度耀眼的光环之一。另外,全新帕萨特上市之初便获得由《名车志Car and Driver》评出的“2011唯美汽车设计大奖(中国)组委会特别大奖”,随后东方卫视的“非凡品味奖”也花落全新帕萨特,对全新帕萨特的尊贵商务气息和成熟稳健的风度给出了高度肯定。综合性能的评比中,全新帕萨特获得的盛誉更如数家珍,《新闻晚报》“年度风云车”,《广州日报》的“年度风云车”,《羊城晚报》的“年度中高级车”,《新京报》的“年度中高级车”,《南方都市报》“车坛奥斯卡”评选的“年度最佳中高级轿车”,《TopGear汽车测试报告》“年度最佳中高级轿车”,《京华时报》“2012金蝴蝶”评选授予的“年度新车大奖”,《中国汽车报》的“年度汽车消费车型”,以及百度的“2011年度中级车”,网易的“年度市场表现车型大奖”,此外由于在节能环保方面的突出表现,全新帕萨特还被《中国青年报》授予“绿色环保年度车”大奖等等。

Passat品牌作为国内B级车市的领袖品牌,相信将以2011年夯实的销量为基础、众望所归的荣誉为依托,高地崛起,在2012年群雄逐鹿的B级车市中书写新的篇章。

德州驭达汽车销售服务有限公司
销售热线:400-0534-818转800
德州众驰汽车销售服务有限公司
销售热线:0534-2754222
5088788