

购物卡实名登记，中秋节前效应初现——

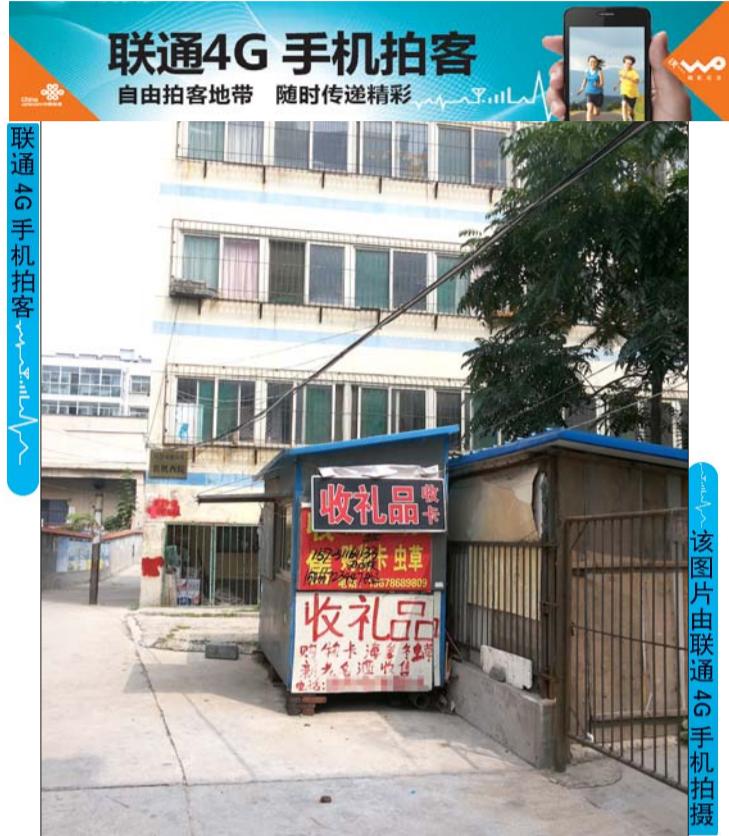
购物卡遇“寒流”销量减两成

本报泰安8月19日讯(见习记者 李茜) 中秋邻近，泰城很多商场开启节日模式，有的打出了“送礼自用两相宜”的宣传语，有的用购卡返利、送赠品鼓励市民购卡。19日上午，记者走访泰城三家大型商超，办卡处都十分冷清，鲜有市民咨询购卡。

“以前，中秋节前半个月就有单位开始团购订卡了，今年到这个时候都没怎么接到订单。”泰城一大型超市的贾经理介绍，“今年与去年相比，购物卡和礼盒销售量下降了20%。”

记者看到一家商场的售卡处设有6个窗口，现在只有一个窗口有顾客。记者等待的二十分钟里，只有三位顾客前来办卡，且额度不大。工作人员表示，再过半个月就是中秋，本该很忙的时间段，现在却十分冷清。原来是排队办卡，现在即来即办。

“我们这里有各种金额的购物卡，200、300、500、1000元不等，单张面值2000元以上的，合计金额是10000以上需要出示身份证件等有效证件。”负责办卡的工作人员指了一下公告。记者观察到在办公室的墙上挂着“关于规范商业预付卡管理的意见”。公告明确表示：加大对购物卡实名制登记，一次性购不记名卡超1万元须登记；一次性购卡单位超5000元、个人超5万元须经银行转账；不记名卡面值不得超过1000元，记名卡不超过5000元。



回收卡的摊位前冷冷清清。 本报见习记者 李茜 摄

头条相关

“黄牛”收卡难，想要改行

通天街一个礼品收购商表示，商场1000块钱的卡，在他这920块钱回收，如果从他那买卡，是960块钱。“现在实在不好干，没怎么有生意，即使出再高的价格，也基本收不到卡。前

两年干这行挣钱多，干的人也多。现在泰安没几家干的了。”一店主表示。

“原来路边经常能看到摆个牌子收烟酒和购物卡的‘黄牛’，现在很难找见了。”路边摆摊的赵大爷说。

花九万五买纸空合同 收钱人如今找不到影

本报泰安8月19日讯(记者 赵兴超) 市民王国庆在2010年花九万五千元购买李某停车场手续，签订合同后发现没法转让过户，索要转让费被拒。虽然法院也判决归还，但李某就是不还钱。18日，王先生发现李某手机换号，再也联系不上。

19日，拿着胜诉判决书已经四年的市民王国庆，迟迟拿不回一笔九万五千元的合同款，欠款人也已经人间蒸发。无奈之下，他把自己的受骗经历发到网上，想寻找消失的借款人李某。

2010年，王国庆经人介绍从

李某处购买停车场营业手续。“当时李某的停车场手续还有一个月到期，手续一年一审，我们签了合同，他转让给我。”王国庆说。

双方签订的转让合同约定，李某帮王国庆办理手续过户，转让费九万五千元，王国庆先行支付。而在签了合同、支付完毕后，去办理过户时才发现，李某许诺的停车场手续不能转让，还需要行政部门一年一次的审批。“转让不成功，我就让他退钱。”王国庆说，而李某以各种理由不退。没办法，王国庆当年告到了泰山

区人民法院。经过法院调查审理，判决王国庆胜诉，李某归还九万五千元转让费。

在拿到判决书后，王国庆不断和李某讨要，也通过法院执行庭申请强制执行，但李某一会说不在泰安，一会说手头没钱。王国庆也曾到李某及其妻子老家，始终找不到人。

“我那九万五也是东拼西凑借的，还欠着别人利息。”王国庆无奈地说。19日，记者拨打李某电话无法接通，王国庆表示，将向法院再次申请强制执行。

雅姿联手APEC

推动女性“超越之美”

亚太地区最具影响力的经济合作官方论坛——亚太经济合作组织(APEC)峰会将于8月在北京举行。作为全球最畅销的五大高档护肤品牌之一，安利旗下品牌ARTISTRY雅姿成为APEC女性领袖峰会唯一指定护肤品牌，将与各界精英女性一起加强女性呼声，发掘女性在各个维度中的卓越领袖气质。APEC女性工作小组(APEC Women Working Group)在2011年由美国国务卿希拉里·克林顿推动建立，APEC女性领袖峰会则在2013年由时任女性工作小

组联席主席的台湾代表王雪红女士提议，中国代表王树彤女士联合发起。2014 APEC女性领袖峰会将于8月20日-22日在北京举行。

在全球范围内，女性的力量正在崛起，也迅速成为这个时代无法忽略的激昂旋律，APEC旨在打造一个独特的女性社区，今年女性领袖峰会的主题为“关联·榜样·共享式增长”。中华人民共和国外交部前副部长傅莹、印度尼西亚前总统梅加瓦蒂·苏加诺普特、HTC和威盛电子股份有限公司主席王雪红、凤凰卫视《鲁

豫有约》著名主持人陈鲁豫、著名青年流行歌手李宇春等200名在商业、政治以及公共事业领域有杰出影响力的亚太女性领袖将出席，并就如何强化商业人脉、发挥楷模对下一代领袖的引导作用、女性在商业领域所面临的挑战和机遇展开探讨，同时探索新的战略以求实现可持续增长。届时，雅姿品牌将在活动现场为参会女性领袖提供美容服务，帮助女性嘉宾发现自我，享受超凡护肤妆容体验。

虽然女性的话语权与日俱增，但纵观世界整体大环

境，女性地位依旧不够明显，企业中只有不到5%的公司CEO为女性。安利一直致力于帮助女性成功，根据2013年安利全球调研显示，全球安利营销人员中女性占比达到66%。而在安利(中国)，女性营销人员比例为62.92%。

ARTISTRY雅姿是一个有着50多年历史、传承优雅和智慧涵养的品牌。雅姿将其品牌的精髓诠释为“Forward Beauty超越之美”，它将带给人们对美的全新领悟。雅姿品牌与APEC女性领袖峰会达成合作正是要传递这种永无止

境的超越之美，希望通过此次峰会进一步提升雅姿高贵优雅的品牌形象，帮助女性领袖拓展美丽疆界，在职场和生活中发现全新的自己。多年来，雅姿一直致力于为女性提供释放魅力的舞台，聚焦女性的美丽事业，如在第18届釜山国际电影节设置“艺术家X雅姿”展览项目，助力新晋女艺术家实现梦想；2009年与上海大剧院缔结战略合作关系并推出“雅姿杰出女性艺术家系列演出”，实现雅姿品牌的融合与女性魅力的跃升。