

说赠198元礼品，其实就值4.6元

保健品公司组织有奖讲座搞推销，因虚假宣传被罚1万元

本报青岛12月24日讯(记者 吕璐 通讯员 姜峰) 免费听健康讲座，还可获赠价值198元的赠品，诱人的宣传抓住了一些老年人贪小便宜的心态，一些老人纷纷前往，结果经一番洗脑的讲座后，老人们都被推荐购买保健品。而所谓的价值198元的赠品，经查价值还不到五元钱。这是近日发生在青岛市北区的一件事，目前涉嫌虚假宣传的主办方已被市场监管部门处罚1万元。

上周，青岛市北区的赵女士在小区周边收到了一张小

广告，写着参加某酒店内举办的健康讲座，就能获得价值198元赠品，奖品包括预防青光眼的镜片和治疗前列腺炎的保健内衣。她如约前往现场参加了讲座，不仅获得了赠品，还像其他老人一样收到了1斤鸡蛋。讲座中，所谓的“专家”将老年人身体保健知识说得极具煽动性，并推销一种“国际公认”的保健品螺旋藻，引得现场一片赞许声，最后参加听课的很多老人纷纷解囊。有的购买一个疗程，有的购买多个疗程，少则几百元，多的

花费几千元。赵女士说，和她一起去的小区邻居刘先生平日省吃俭用，日子过得非常紧巴巴，这次也花了不少钱买产品，她觉得这里面有问题，就打了举报电话。

市北区市场监管局大港路市场监管所接到投诉后来到现场，在酒店的9楼会议厅当场查扣部分邀请函等相关证据，责令公司负责人到所接受调查。原来讲座的主办方是一家经销保健食品的企业，为推销产品，就采用了在路边散发广告拉客，租用酒店的场地

有奖请老人听讲座的办法，讲座后再向老人推销其保健品。

当执法人员查到公司赠品的进货发票时，发现该公司所谓198元的赠品，进价仅有4.6元，包括1.4元一副的老花镜和3.2元一条的内裤。进货价和广告宣传价，竟相差四十多倍。调查中，该公司老板承认，推销的产品也高出原来定价的好几倍，开讲座和发赠品的钱轻松就赚回来了。依据《反不正当竞争法》，执法人员对该公司虚假宣传行为，做出罚款一万元处罚决定。

一袋面少了四斤 消费者获赔500元

本报菏泽12月24日讯(记者 董梦婕 通讯员 朱殿立) 包装袋上标注净含量为25公斤的小麦面粉实际上只有23公斤，经营者涉嫌缺斤短两，依据《消法》消费者获赔500元。

15日，东明县消费者刘女士在城区一家粮油店购买了一袋标注净含量25公斤的小麦面粉，回家后，刘女士用秤对这袋面粉进行称重，发现包装袋上标注为25公斤的面粉其实只有23公斤，足足少了2公斤。刘女士找到粮油店要求店老板给个说法，粮油店负责人辩称面袋上标称重量是厂家标注的，自己没有任何责任。刘女士于是于22日上午向东明县消协投诉。

接到投诉后，东明县消协配合辖区市场监管所对该粮油店进行突击检查，认定刘女士反映的情况属实，市场监管所依法暂扣了有问题的袋装小麦面粉并进行立案查处。

根据《消法》第五十五条“经营者提供商品或者服务有欺诈行为的，应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失，增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的3倍；增加赔偿的金额不足500元的，赔偿为500元”以及《欺诈消费者行为处罚办法》第五条的规定，经东明县消协调解，该粮油店负责人一次性赔偿消费者刘女士500元。

新知识

预防近视，试试这7个妙招

新华社哈尔滨电(记者 王松) 哈尔滨医科大学附属第二医院眼科教授李颖认为，现在很多人生活中时时处处与电子产品为伴，不免为近视埋下隐患，学生族和工作人群超负荷用眼，预防近视显得尤为重要。李颖建议，可以从以下七方面进行眼部保养和锻炼，预防近视的发生。

第一，站在一个地方，找一个比较远的物体和近一点的物体，然后观察近处的物体一会儿，再观察远处的物体一会儿。

第二，搓热手掌，把搓热的手掌捂在眼睛上，让眼睛感受到手掌的温度，反复做这个动作，放松眼睛。

第三，天气晴朗，有太阳的时候，闭上眼睛，面对太阳，让光线透过眼睑，刺激眼细胞。近视的人都对光很敏感，一遇到强光就会眯眼睛或者斜眼，给眼睛日光浴可以提高眼睛对光线的接受能力。

第四，贴眼贴可以有效改善和提高视力，眼贴的温度可以让眼疲劳得到舒缓，可以让眼部的血液循环通畅，给眼睛

足够的氧气，让眼睛得到很好的休息。

第五，晚上天上有星星的时候，用眼睛去找星星，逐个逐个地数天上的星星，但不能老盯着一颗星星，这样眼睛会产生疲劳。

第六，坐着或者站着的时候，眼睛先平视前方，然后做上下左右运动，让眼珠尽力朝着各个方向拉伸，每个方向停留几秒，有助于恢复眼睛聚焦能力。

第七，经常眨眼可以缓解眼睛疲劳和干涩，对眼睛有益。



帅康1128品牌日创4.32亿佳绩 迎新年豪礼大放送

近年来中国厨卫行业遭遇的挑战不断升级，由于房地产市场回升缓慢和持续低迷的经济大环境，使得传统经验正在逐步失效，而现今时代，在互联网+思维、智能化厨卫概念不断冲击消费市场的前提下，新一轮厨卫大战一触即发。

帅康1128团购会创辉煌

在传统的经验和模式都失效的情况下，帅康通过品牌团购会的契机构建新发展路径，开启了一个销售疯狂日，当天在全国200多个地区，6000多家终端网点共有超过250000人共享盛宴，狂销4.32亿元！打响家电市场的逆势引爆战役。为成功引爆活动，帅康在前期展开针对性的线下引流，通过全国百城的高铁广告、院线映前广告、各大网络视

频广告等精准营销奏响团购会号角。在1128团购会当天，帅康的八重豪礼和大吸力不碰头烟机、厨电套装等，引发接连不断的销售热潮，最终创下4.32亿元佳绩。透过这场独特的品牌日团购会活动，帅康为家电市场添一抹亮彩，也令同仁和经销商们坚定信念，在当前时代下应坚持“修内功”、“炼品牌”，以坚定执着的态度和新型发展模式迎接挑战。

再战元旦豪礼送不停

在引爆家电市场的同时，帅康品牌也不断得到认可和肯定。今年帅康又以165.78亿元品牌价值连续八年蝉联“中国500最具价值品牌”，同时接连斩获“2015中国设计红星奖”和“最受大众喜爱奖”、中国吸油烟机

“高效净化环保之星”、“2014-2015年中国家用电器热水器十强品牌”等奖项，品牌和产品品质在同类产品中遥遥领先。在即将到来的新年之际，帅康乘胜追击再战元旦，以“高端厨电产品+多重好礼”的重磅优惠再度吹响促销号角。12月20日至1月20日期间，帅康大吸力不碰头系列吸油烟机、智能燃气灶以及3G电热水器等产品都将以钜惠价展现在消费者面前。

“让热爱生活的人更爱家，让热爱家的人更懂生活”，帅康在岁末年初推出的特大优惠，将令消费者在欢度新年，抢购多重好礼的同时，更能享受到帅康高端厨电带来的精致生活。同时，帅康打响的这场战役或将再次掀起抢购潮流，为家电市场添上浓墨重彩的一笔。

奥特朗热水器：十五年专注，只为那一度而生

2015年是热水器专业品牌奥特朗15周年庆典之年，15年来专注只做热水器，即热式销量优势明显，是《快热式热水器》国家标准起草、制定单位之一，也是《储水快热组合式》(即多模)行业标准起草工作组组长。至今，奥特朗已经拥有了电热、燃热、空气能等众多品类，在家电企业多元化成为潮流的今天，是少有的专注热水器生产的企业之一。

即热式：只为恒温那一度

即开即热、无需等待的优势让很多以往在大冬天要长时间等待热水的消费者爱上了即热式。在奥特朗的推动下，“恒温”又成为高端即热式电热水器的必备功能，但是当冬天水量大或水温太低，热水器功率用完后，热水器无法自行调节水量，“恒温”电热水器就不恒温。奥特朗研发的“全恒温”热水器攻

克了这个难题，全自动调节功率和水量，让水温不再忽冷忽热。

多模：让浪费再减少一度

多模是指一台热水器拥有即热、智能、速热多种模式，它没有即热式的安装条件限制，又克服了储水式体积大、加热慢、能耗高的缺点，体积通常在20-30L，热水充沛更舒适；春、夏、秋季即开即热，冬季也只需要10-20分钟。由于没有预热和保温的热量损失，非常节能，证明热水器“体积越大水量越多，功率越大越耗电”是错误的。

为了感谢用户对奥特朗一直以来的支持与信赖，2015年12月25日至2016年1月10日，奥特朗将开展包括特价、赠品、免费试用等感恩回馈行动，详情可扫二维码或查询微信公众号otlandq了解。本区域招商咨询热线：李先生18608684499

15年与福同行，金六福酒请青岛促销员上央视“晒幸福”

近期，在金六福“福高三星”15年首次全新升级之际，金六福酒发起的真人拍摄央视广告互动活动引发参与热潮，并获得众多媒体关注。自第一位“福星”金六福酒消费者余勇、第二位“福星”金六福酒沈阳经销商陆跃亮央视亮相后，最后一位与金六福酒一起上央视的“福星”更是引发关注。12月22日，随着第三条幸福专题片在央视播出，最后一位幸运“福星”终于揭晓，来自青岛的金六福酒超市促销员周燕侠，在央视讲述她的幸福故事！

顾客们推举出来的“福大姐”，金六福酒邀请她上央视

据了解，继金六福酒邀请消费者、经销商登上央视之后，第三位“福星”是来自青岛的金六福酒超市促销员周燕侠，老顾客都喜欢亲切地称呼她“福姐”，因为这十多年来，一直从事金六

福酒销售工作的她见证了顾客喜宴、生子、乔迁、团圆等一个个个人生喜事，还有逢年过节的每一份喜悦。她既是一名促销员，更是一名幸福见证者。

广告片里，周燕侠与消费者介绍产品，和老顾客闲话家常，不禁让观众感受到她那源自内心的幸福感。据金六福酒相关人员透露，周燕侠在青岛利群超市金六福酒促销员这个岗位十几年如一日兢兢业业，与消费者打成一片，与很多街坊邻居成了很好的朋友，很好地传播了金六福的福文化，见证了无数幸福的正能量故事，被消费者亲切地称为“福姐”；同时她本身也是一个家庭特别幸福的人，与“15年与福同行”的活动主题吻合，因此被选中成为第三位上央视晒幸福的代表。

“福姐”的幸福就是见证消

费者的幸福生活

说起超市促销员，留给许多人的印象或许是一份辛苦的工作，工作时大嗓门地介绍产品，热情招呼顾客，下班时还要理货、搬货，并非一般人能接受，那么周燕侠为什么能坚持十多年之久呢？她说，因为自己在卖金六福酒，她觉得自己能给消费者带来幸福。

周燕侠说，女儿还在上小学的时候就开始在超市卖金六福酒，大家逢年过节或者家里有喜事都喜欢来买金六福酒，说要沾沾福气。“所以这些别人一年也就碰上几次的好事，我几乎天天都能听到，这也是我的福气。”在工作之余，顾客也会与她聊生活琐事，甚至有顾客在买酒准备喜宴时也会给周燕侠送去喜帖，与顾客们逐渐变成老朋友，她既开心又感动。

十几年过去了，女儿已上大学，她也从昔日老顾客口中的“福妹”变成了今天的“福姐”，虽然人生有变化，但是她觉得自己依然守着同一份事业，还在卖着福酒，与顾客的情谊越来越深厚，与金六福酒一起见证幸福，幸福依然未变。

据悉，为迎接金六福明星产品“福高三星”15年首次全新升级，金六福发起#15年与福同行#互动活动，首创真人拍摄央视广告，邀请全民一起上央视“晒幸福”。12月8日首个登上央视的幸运“福星”北漂族余勇亮相央视；12月14日，金六福沈阳经销商陆跃亮成为第二位幸运“福星”。如今，第三位“福星”周燕侠与金六福酒一起登上央视新闻频道，幸福专题片将全天六次新闻频道栏目播出，连续七天，在央视大荧屏，分享她与金六福酒的幸福故事。

