

【天天出彩】

福彩“双色球”(2006120期)

红色球号码:6 8 14 15 24 33
蓝色球号码:9
奖等 中奖注数 每注奖额
一等奖 16注 5000000元
二等奖 45注 535799元

排列5(06277期)

开奖结果:90793
奖级 中奖注数 每注奖金
排列5 24注 100000元

排列3(06277期)

开奖结果:907
奖级 中奖注数 每注奖金
直选 8078注 1000元
组选6 10938注 160元

22选5(06277期)

中奖号码:04 06 08 10 21
奖级 中奖注数 每注奖额
特等奖 2注 51014元

15选5(2006277期)

中奖号码:7 8 13 14 15
奖级 中奖注数 每注奖额
特等奖 0注 0元
一等奖 43注 3179元

3D游戏(2006277期)

中奖号码:9 9 2
奖等 江苏中奖注数 每注金额
单选 162注 1000元
组选3 690注 320元
组选6 0注 160元

足彩6场半全场胜负(06011期)

中奖号码:1 3 1 1 0 0 3
3 0 0 1 0
奖等 中奖注数 每注金额
一等奖 61注 122238元

足彩4场进球(06024期)

中奖号码:2 0 1 1 2 1 1
3+
奖等 中奖注数 每注金额
一等奖 175注 34043元

物业等级收费下月试行

五个等级服务任你挑,月物业费从0.35元~1.9元/平方米不等

□快报讯(记者尹晓波)把物业服务的标准制成五道“大菜”,业主需要什么服务“照单”点就行了。昨天,南京市房产局和物价局正式发布《南京市普通住宅物业服务等级和收费标准》(试行稿),《标准》将于11月1日正式试行。该《标准》将物业服务分成五个等级,按照五个等级的收费“菜单”,业主可以自行组合“点菜”要服务。

南京市房产局副局长郭宏定表示,该《标准》适用于南京市普通住宅物业管理区域的物业服务及收费,各类别墅、酒店式公寓、商住楼及其他由市发改委、建委立项为高档住宅的物业服务收费按规定实行市场调节价,具体的物业服务与收费标准由当事人合同约定。不过,对1998年12月1日前建成、配套不全、设施设备老化的旧住宅小区,可参照《标准》执行。

该《标准》将南京市普通住宅物业服务项目分为五项,分别是综合管理服务,公共区域秩序维护服务,公共区域清洁卫生服务,公共区域绿化日常养护服务,共用部位、共用设施设备的日常运行、保养、维修服务。五个等

级服务标准从低到高,每个等级对应一个收费标准,每一个类别对应一个收费标准。

《标准》所列的收费标准为最高基准价标准,计价单位为“元/平方米(建筑面积)/月”,住宅类别分多层和高层(含小高层),五个等级中,多层收费为每月0.35元~1.25元/平方米,高层为每月0.7元~1.9元/平方米,也就是最低的月物业费为0.35元/平方米,最高的为1.9元/平方米。

南京市物价局副局长张瑞忠表示,这个最高基准价格标准,原则上是不允许超过的,但是考虑到小区面积大小问题,也有特例。特例规定:“小区建筑面积小于2万平方米的,公共区域秩序维护费用标准可上浮不超过20%;小区建筑面积在2万至4万平方米(包括4万平方米)之间的,公共区域秩序维护费用标准可上浮不超过10%。”

特别提示:具体的《南京市普通住宅物业服务等级和收费标准》(试行稿)详见快报生活南京网站www.lifenanjing.com.cn

【权威解读】

物业等级收费到底怎么收

“有了这个‘菜单式’的物业等级收费标准,将彻底改变过去大包大揽的物业服务收费方式。”东南大学物业管理研究所所长黄安永说。对于老百姓关心的几个热点问题,南京市房产部门和物价部门进行了一番详细解释。

五个等级组合有讲究

在《标准》中的第一个项——综合管理标准中,保修、投诉类别的一级服务分为“急修”和“小修”,前者要求2小时内到达现场处理,后者要求5小时内完成。而五级要求接到任何保修电话30分钟内到达处理,小修在一日内修复。一级和五级的费用是从0.06元涨到0.27元。

南京市房产局副局长郭宏定说,小区的综合管理、秩序维护服务标准应选择同等等级,维修保养服务标准选择相应类别,但保洁、绿化服务标准可向上或向下各浮一个等级。比如,综合管理、秩序维护服务标准选择三级的,共用部位、共用设施设备维修保养服务等级应在二类中选择;综合管理、秩序维护服务标准选择四或五级的,共用部位、共用设施设备维修保养服务等

级应该在三类中选择。

临时想增减投票决定

如果在《标准》实施前,一些小区已经签订了“前期物业服务合同”,他们的服务、收费标准如何执行?小区合同未到期,有业主或物业管理企业提出要对《标准》增加或减少服务和收费的标准,又怎么办?

南京市物业办主任潘文辉表示,一些小区签订物业服务合同尚未到期的,仍按原合同约定执行,合同到期后应按新《标准》约定。如果一些小区尚未成立业主大会,前期的物业服务收费标准仍按原标准执行。至于一些要求增加或减少服务项目的,应该由业主委员会与物业管理企业协商草拟合同更改条款,经全体业主所持投票权2/3以上同意,即可调整约定的服务和收费标准。

电梯运行费不包括电耗费

此次《标准》对电梯服务收费标准统一为每月0.25元/平方米,不再细分等级,有电梯的小区电梯维护费用将直接加进物业服务费中计算。不过,如果实际的电梯维修保养费用与每月0.25元/

平方米的收费标准出入较大怎么办?

张瑞忠表示,如果有出入,在《标准》中也附加了说明条文:可以参照公式计算,具体公式为“电梯收费标准=小区年电梯总费用÷总台数÷总建筑面积÷12个月”。值得注意的是,电梯运行的电耗费用没有包括在电梯运行费用价格中,应单独列账,按实际发生费用和使用情况由使用人合理分摊。

保绿费分两种方式计算

在对公共区域的绿化日常养护上(保绿),这次收费分为按绿地面积计算和建筑面积计算两种方式,按绿地面积计算是按年设置的收费标准(分摊公式为:每月每平方米建筑面积绿化养护费用=该级绿地收费标准×绿地面积÷可分摊建筑面积×12),按建筑面积计算是按月设置的收费标准,以绿地率30%、容积率1.5为基准代入公式计算,即:每月每平方米建筑面积绿化养护费用=该级绿地收费标准×绿地面积(占地面积×30%)÷可分摊建筑面积×12=该级绿地收费标准×30%÷1.5÷12。

快报记者 尹晓波

消费者又多了部“消法”

15日起执行新规定,限制零售商不规范的促销行为

“黄金周的消费市场是个‘香饽饽’,长假期间各地商家纷纷使出浑身解数,打折、返券、赠礼,乃至承诺‘价格高于同类商场,双倍返还差价’。一些消费者不禁质疑,折扣越打越低、返券越来越多,商家真的愿做‘赔本买卖’?10月15日起,由商务部、国家发改委、公安部、国家税务总局、国家工商总局等5部门联合颁布的《零售商促销行为管理办法》将正式实施,商业企业不规范、甚至带有欺诈性的促销行为将被严格限制。中央商场常务副总经理、南京市百货行业协会会长阎永平昨天接受记者采访时说,今后的行业自律将上升到这部《管理办法》,用新规定制约零售商的违规促销行为。而对于消费者来说,除了《消费者权益保护法》之外,还可以用这一新规维护自己的合法权益。”

为了促销,某些商家可谓不择手段

零售商的促销活动也存在一些不规范的行为,主要集中在五个方面:一是不实宣传。比如,有的零售商在宣传时,不明示促销活动的限制性条件;有的零售商以虚假的清仓、拆迁、停业等事由开展促销活动,欺骗消费者等。二是价格欺诈。一些零售商以频繁打折、降价等方式促销,以虚高原价迷惑、欺骗消费者。三是限制消费者合法权益。零售商往往规定促销商品不退不换,或以保留最终解释权等名义,免除自己的责任。四是缺乏安全管理措施。一些零售商在开展

限时、限量促销活动时,缺乏必要的安全措施,容易造成经营场所内人员大量聚集、秩序混乱,甚至引发人身伤亡事件。五是违反商业道德,进行有违社会善良风俗的促销活动。由于现在的大多数消费者主要集中在几个大商场消费,因此对于大商场来讲,不规范行为主要集中在“二”、“三”两个方面,而“虚假打折”是当前最为普遍,消费者反应最强烈的问题之一。

所谓虚假打折就是抬高价格后再打折,这种做法看上去消费者占了便宜,而实

际上可能打完折后的价格比原价低不了多少,甚至高于原价。南京有商家对此表示,现在这种现象比较普遍。一般都是厂家所为,你不可能一个品牌一个品牌地查,有的厂家采取自己买自己已经抬过价格的商品,以表示自己没有抬高价格再打折。这给相关执法部门在查处上带来一定的难度,消费者更是不知情。阎会长接受记者采访时称,对于鞋帽或服装等商品来讲,只要查到某一型号的销售发票,就能知道曾经卖过什么价,卖过几件,什么价格,卖过多长时间等。

满100送200是不是违规操作?

购物返券是近年来零售商普遍采用的一种促销方式,因其对消费者的权利作出较多限制,且有些零售商采取这种方式促销时,返券幅度大,消费者很难判断价格真伪,有的消费者受返券诱惑,陷入循环购物陷阱,对购物返券社会争议很大。购物返券并不在《办法》规范之列。阎会长说,返利是允许

的,但是诸如满100送110或200的情况现在确实还没有说法。不过有关专家表示,如果像南京一家商场打出满400送500,而其中的100是该集团下属的电器连锁店的电器购物券,应该不是违规行为。阎会长说,返利是一种降价行为,按照《办法》,应该注明降价期限,说明送什么。他们打算在近期学习《办法》时将

组织会员单位讨论,通过调查拿出切实可行的说法和办法。另外按照《办法》规定,零售商开展促销活动应当建立健全内部价格管理档案,如实、准确、完整记录促销活动前、促销活动中的价格资料,妥善保存并依法接受价格主管部门监督检查。而对于消费者来说,有权要求品牌厂家明示或提供相关的资料。

保留最终解释权属无效条款

在谈到《办法》规定零售商不得以保留最终解释权为由,损害消费者的合法权益时,阎永平会长说,零售商销售促销商品提出的“保留最终解释权”,属于单方面的格式合同条款,也是多年来消费者投诉最多的问题之一。

根据合同法规定,提供格式条款一方免除自己的责任、加重对方的责任、排除对方主要权利的,该条款无效。

因此,零售商无权以保留最终解释权为由,损害消费者的合法权益。

阎会长最后表示,《办法》将强有力地制约目前市场的无序竞争,同时对于消费者来说,除了《消费者权益保护法》外,消费者可以援引《办法》中的条款,维护自身的合法权益。

例如,零售商开展限时促销活动的,应保证商品在促销时段内的充足供应;零售商开展限量促销活动的,应明示促销商品的具体数量,连锁企业所属多家店铺同时开展限量促销活动的,应明示各店铺促销商品的具体数量,促销商品售完后应立即明示。零售商如不能履行相关义务,将受到相应的处罚。

快报记者 夏天

谨防落入打折误区

王殿祥首饰打折怪象引发争议

“对于品牌的选择上,消费者也有误区。”王殿祥日前向一家媒体作出如下表示:“现在,不少人认为,国外品牌品质一定好,价格高一点也无所谓。其实,这便是误区。”然而,通灵翠钻、千年翠钻和地质人等不少品牌公司相关人士纷纷对此发表看法,认为品牌公司对自己的品牌是有较高的要求的,而且在促销上更不会将折扣打到5折。他们提醒消费者千万不要落入打折的误区。

品质和品牌决定价格

王殿祥的理由是,目前一些国外品牌价格定位较高,但实际上,无论是宝石品质或加工工艺,与国内品牌差不多,价格却高出几倍。

南京千年翠钻公司企划部经理宁振国对此指出,品牌就是品牌,像通灵翠钻这样的品牌,价格上比王殿祥的高,但人家品牌的价值和购物的环境以及售后的服务都很到位。更重要的是大家进货的渠道是不一样的,品质上是存在差异的。通灵的沈东军说,欧陆之星是比利时一家大型的钻石切割加工企业,其切工在全球堪称一流。南京的地质人以及香港的周大福等知名品牌都是在欧陆之星采购裸钻,使得钻石的品质得到保证。另外除通灵在深圳是委托一家意大利镶嵌公司加工首饰外,即使是在同一个加工厂加工,质量也是不一样的,如首饰做好后给其做抛光处理就要600元左右的费用,实力较小的企业不可能花这么多钱,这也是通灵等知名品牌价格高于其他专卖店的原因之一。

王殿祥的尴尬在哪里?

同样是0.085克拉的钻戒,有的品牌打6.5折后售价仅1100元,最多也就1200元。而王殿祥店里的首饰打对折后还要卖到2000元。同样克拉价格相差近800元,让消费者陷入两难。之所以会出现这样的尴尬,一是市场竞争比较激烈,二是市场定位问题。南京百分百珠宝首饰公司老总、原江苏省技术监督珠宝首饰监测站站长王学成说,除了4C的因素外,为什么同样是1克拉钻戒,有的标价高达十几万元,而有的只有几万元的原因。南京地质人老总任传平表示,你为何打5折?总得有个原因,要不你干脆就将价格放下来,反而更贴近市场。“否则这样搞下去必然扰乱市场,影响整个行业的健康发展。”千年翠钻的宁经理表示。

消费者应走出打折误区

王学成博士昨天说,市场的价格是永远不封顶的,你可以卖得很高,只要消费者能够接受。你也可以打折,因为打折是商家正常的营销手段。但是你的首饰打折之后和人家不打折的持平或者高于人家不打折的首饰,那就是不正常的营销手段。王学成说,消费者永远是被动的,但是消费者应该理性地走出消费的误区、走出打折的误区。你不管人家怎么打折,打几折,你一样可以试着去比较,你可以用同样大小同级别的钻戒或戒托用金量,一家一家地去比较,究竟哪家品牌更响亮,哪家的价格更优惠,就不会落入商家打折的误区。快报记者 夏天

“钻戒对折卖”连续报道③