

■ 网络消费

“3·15”过后电商新气象

□ 丁宁

一年一度的“3·15”消费者权益日刚刚过去，很多电商就推出全新服务，本期为广大读者盘点一下。

京东商城:奶粉安全成重头戏

自2008年三聚氰胺事件以来，奶粉安全已成为食品安全中的最典型事件。因此，京东商城也推出“奶粉优品保障”服务，让消费者能实现真正买得放心。至于“奶粉优品保障”服务具体内容，则是在1年有效服务期间内，消费者在京东商城购买奶粉后，一旦遇到国家责令生产厂商召回或销售者停止销售这两种情况时，每罐奶粉将赔偿2000元给消费者，且同一客户全年最高赔偿金额更是高达10万元。

此外，京东商城还针对消费者的实际需求推出更多收费增值服务。仅就手机方面来说，京东商城就提供多项收费增值服务。首先要说的就是一年期手机进水上门维修服务，在消费者遇到因意外碰撞或跌损所导致的手机屏幕碎裂之后，指定区域内用户均可享受免费上门维修服务。其次要说到的就是一年期手机进水上门维修服务，则是在消费者因意外原因，导致非腐蚀性液体泼溅造成手机损坏所产生的故障之后（其中主板仅限单面进水），指定区域内用户均可享受免费上门维修服务。再说说手机数据恢复1年/2年/3年服务，是针对那些服务期内无硬件损坏的手机，机身内部存储区域丢失的通讯录、短信、照片等文件所提供的数据恢复及数据暂存服务。最后再说说手机盗抢保障1年服务，则是在手机实际所有人使用期间因遭受抢劫或明显现场痕迹的盗窃而造成手机灭失或全部损失。且本服务将以手机销售价为依据，按照一定比例对手机所有人进行补偿的服务。而除手机方面收费增值服务外，包括电脑数据恢复1年/2年/3年服务、打印机/路由器/投影机/安防监控设备上门安装服务、惠普/戴尔上门维修服务，也都是值得关注的特色收费增值服务。

苏宁易购:空调安装6项免费

随着各大电商的激烈竞争，空调产品价格已极为透明。但不透明的却是空调安装这一块。根据电商平台网友评论反馈来看，空调安装乱收费主要发生于两种情况之下。第一种情况，就是小品牌或小城市，收费标准可谓是相当混乱，漫天要价情况比比皆是，甚至就连厂商都无法制止。第二种情况，则是家中只留有老人或女性负责安装监督，个别素质差的安装人员就会抱有能蒙则蒙、能唬则唬态度，不少消费者在网上买1000多元的低端空调，安装费竟然被骗五六百元，俨然成为网购时代的最大陷阱。

针对上述情况，苏宁易购在“3·15”期间特别推出空调安装6项全免费服务，在2016年3月10日到2016年4月20日活动期间，在全国各大线下门店、苏宁易购自营平台及天猫商城苏宁旗舰店购买的空调产品，且同时满足非工程类顾客、苏宁自营服务、家用空调、安装地点为家庭这四大条件。那么只要安装时间为2016年3月10日到2016年4月30日，均可享受到远程配送费（30元）、高空作业费（100元）、加长管线费（90元）、喷塑支架费（30元）、一次打孔费（50元）及柜机漏电保护开关费（90元）这6项全免费服务。而对于多数居住在多层楼房消费者来说，即便不购买柜机也可以相比其他电商节省200元安装费，因此性价比相当不错。而对于大多数居住在高层楼房的消费者来说，由于免除高空作业费，所以在不购买柜机前提下也可比其他电商节省300元安装费。因此，苏宁易购的竞争优势就更加明显。不过需要注意的是，这6项服务之外的特殊材料费用仍需另行收费（如镀铝锌/不锈钢或定制支架、外机护栏、外机机罩、积水盘、外机防盗网、特殊墙体开孔等，包含但不限于大理石、石头、玻璃材质），且三菱电机和大金暂时未开通免费安装服务。但平心而论，虽并非彻底免除所有费用，但对于多数家庭来说，这6项免费已足够。

天猫商城:家装频道发力最猛

针对家装产品频繁出现的质量问题，天猫商城在“3·15”期间推出假一赔五、三年质保、破损保障等服务。其中，假一赔五服务是指当消费者使用支付宝服务购买商家在天猫网站出售的商品后，在收到货物后如消费者认为该商品为假冒商品或非原厂正品，未经授权关进口商品、假冒材质成份商品。且消费者与商家协商未果前提下，那么在交易成功后15天内即可发起针对商家的维权，并申请消费者保障赔付。举例来说：商品价格100元，交易判定赔付成立，则退回买家100元，并增加赔偿买家400元。而商家依据平台规则承担赔偿责任之后，也并不免除其依照国家有关法律法规依法应当承担的赔偿责任。如国家相关法律法规规定的赔付标准高于平台规则赔付标准，则消费者就赔偿不足部分可通过法律途径继续向商家追偿。

至于三年质保服务，则是指商品在三年内出现质量问题，则商家将根据商品实际故障情况，在规定时间内向消费者提供维修或补寄零配件或更换全新商品，以确保消费者可再正常使用该商品的附加服务，或向消费者补偿一定质保资金的附加服务。服务费用由商家与消费者协商确定，且须达成一致。最后要说的家装破损保障服务，则是指消费者在天猫平台上购买家装易破损类商品时，商家承诺对其店铺内的商品提供“破损保障”服务，那么消费者一旦遇到快递暴力运输所造成商品破损，商家将提供破损商品补寄服务。而最后需要特别说明的是，上述多项服务必须是在商品属性当中的“服务承诺”来体现。所以服务承诺当中必须带有“假一赔五”、“三年质保”、“破损保障”相关标志才行，消费者也必须认准标志之后再进行下单购物才行。

■ 风尚

□ 本报记者 张玉洁

小张父亲近几个月来一直备受腹泻困扰，在小张劝说下去医院做了一次肠镜检查。发现并切除了一个肠道息肉后，父亲的病症已基本消失了。小张说，父亲今后定期做肠镜检查是必不可少的了。他还了解到，除国内的常规体检外，如今，选择到海外进行高端体检游渐成中老年人的新选择。

高端体检火热

除选择到瑞士等欧洲国家进行高端体检疗养外，去日本进行一套全身高端体检游已成为一些时尚富裕人士的选择。

目前，不少旅游公司均设计并推出日本体检游产品项目，这类产品价格不菲，起步价格一般是在5万元至6万元左右，更高端的产品甚至要花费十几万元。

尽管近年来国内体检机构经历大发展，但千篇一律的服务和项目并不能满足定制化的高端市场需求。不少游客表示，他们之所以选择去日本进行体检游，日本发达的医疗技术和优质服务环境都是重要考虑因素。

其中，目前比较受关注的是包含全面筛查癌症项目体检游。记者此前参加的一个日本旅游团中，导游向团员们推荐一款高端体检游产品，主要特色是癌症的全面早期筛查。团员中的高奶奶对此很有兴趣，她认为，几万元的投入与癌症昂贵的治疗综合成本相比，还是很值得。因此，高奶奶仔细咨询这款产品的特色后，打算有机会和老伴儿一起来日本接受一次全面身体检查。

这款体检游产品由具备早期筛查癌症项目而备受关注。这也一定程度上反映人们谈癌色变的心态。相比高血压、糖尿病等老年常见病症，癌症因其发病隐匿、发病快、晚期难以有效治疗，正日益成为我国不少地区的健康头号杀手。统计

海外体检游成时尚

医生建议谨慎考虑



漫画/赵天奇

数据显示，我国癌症发病率在过去30年增长80%，癌症也成为我国因疾病死亡的第一大死因。

罹患癌症并非毫无生机，一些癌症在早期治愈率可达60%以上。因此，早发现早治疗就非常重要。据了解，日本防癌旅游主要是通过PET/CT技术来进行检查。PET/CT的全称叫正电子发射断层显像/X线计算机层成像，提供解剖显像和功能显像，是目前影像诊断技术中最理想的结合。特别是在肿瘤诊断、分期、疗效评估等方面发挥重要作用。

争议的PET/CT

尽管海外体检游呈现出火热局面，但目前涉足医疗旅游的主要是一些新成立中介机构居多。有业内人士提醒，海外医疗收费不菲，医疗效果是否噱头大过实际，自己是否真的需要进行这样的治疗，需消费者再三斟酌。

在很多肿瘤科专业医生看来，前文中提到的PET/CT技术目前已广泛应用于肿瘤治疗。一位不愿意具名的肿瘤科专家表示，尽管该技术对癌症诊疗作用已获得业界共识，但他认为PET/CT技术用于常规体检并不合适。

他介绍，PET/CT技术临床上一般用于那些已确诊为癌症病人用于肿瘤病灶定位、诊断，以及对临床治疗方案的动态评估，并非用于体检。

其次，从国外数据来看，将其用于体检多少有些“大材小用”。日本

以新成立中介机构居多。有业内人士提醒，海外医疗收费不菲，医疗效果是否噱头大过实际，自己是否真的需要进行这样的治疗，需消费者再三斟酌。

在很多肿瘤科专业医生看来，前文中提到的PET/CT技术目前已广泛应用于肿瘤治疗。一位不愿意具名的肿瘤科专家表示，尽管该技术对癌症诊疗作用已获得业界共识，但他认为PET/CT技术用于常规体检并不合适。

他介绍，PET/CT技术临床上一般用于那些已确诊为癌症病人用于肿瘤病灶定位、诊断，以及对临床治疗方案的动态评估，并非用于体检。

其次，从国外数据来看，将其用于体检多少有些“大材小用”。日本

是目前广泛将PET/CT技术用于体检的国家。从日本数据来看，在进行该项检查的50岁至59岁日本人中，阳性预测值的比例还不到4%，就是说每100个参与该项检查的人中，96个人都没有罹患恶性肿瘤。同时，个别恶性肿瘤使用PET/CT检查效果并不好。

还有一点非常重要的，这项检查具有一定风险，该项检查的口服显像剂“18F-FDG”具有放射性。因此，对于健康人来说，接受这项检查使得他们承担不必要的放射性风险。而对于“18F-FDG”对人体的影响究竟有多大，业界还存在一定争议。一些医生倾向于认为该显像剂对半衰期较短，对人体影响只有几个小时，而有一些医生则认为

让健康人接受过多的放射暴露长期风险如何，现在的样本数据还不足以支撑。因此，从大多数人角度来看，通过PET/CT检查预防癌症花费巨大同时有一定风险，整体来看也具有较大局限性。

因此，一些医生建议，如果能先进行初步筛查，发现肿瘤标志物异常后再做PET/CT检查是一个较为稳妥的方式，常规体检选择PET/CT还应谨慎考虑。

高危人群定期检查

PET/CT检查具有很大局限性，那是否有兼顾经济性和诊疗效果方式？

很多单位每年都会组织职工进行定期体检检查，但这类常规检查在癌症早发现方面表现有限。北京大学肿瘤医院消化道肿瘤内科主任医生张晓东在科普视频中表示，相关癌症的高危人群主要通过B超、“两个镜子”（胃镜、肠镜）和低剂量螺旋CT，就可以做到对常见癌症的早期诊断，从而实现早期治疗。

目前，我国癌症发病率排名靠前的主要有乳腺癌、结直肠癌、肝癌、胃癌、食道癌和肺癌等。其中，这几类癌症都有一定的高危人群，这类人群在45岁之后应定期检查。张教授介绍，以胃癌为例，有家族患病史、所在区域为胃癌高发区域、曾因良性胃病做过手术的人群应在45岁之后每年做一次胃镜检查。胃镜目前是早期筛查胃癌的最有效手段。资料显示，与中国同为胃癌高发国的日本，由于一系列早期诊疗手段推广程度高，日本早期胃癌的诊治率和胃癌患者的生存率远高于我国。而乳腺癌和肝癌都可通过定期B超筛查实现早期诊断。目前，我国肝癌患者中90%都是由乙肝发展而来，因此乙肝患者应首先控制乙肝发展，另一方面应定期进行B超检查。结直肠癌的高危人群则在医生的指导下定期进行肠镜检查。

■ 前沿

主题乐园持续“标新立异”

□ 本报记者 徐金忠

游客期盼已久的上海迪士尼乐园将于今年6月16日正式开园，也为国内再添一座世界顶级主题乐园。近年来，国内在引进发展世界顶级知名主题乐园以外，本土化、差异化主题乐园也是层出不穷，主题乐园的“标新立异”也让游客有了更多选择。

主题乐园“潮”

游客翘首以盼的上海迪士尼乐园在经历多年施工建设后，在今年6月终将与广大游客见面。资料显示，开幕后，上海迪士尼度假区将为游客开启非凡体验。度假区内主题乐园拥有六大主题园区，包括“探险岛”、“奇想花园”、“米奇大街”、“明日世界”、“宝藏湾”及拥有“奇幻童话城堡”的“梦幻世界”。耳熟能详的迪士尼故事，将在这里变身成一

个个真实场景：世界上最大的迪士尼城堡、全球迪士尼乐园中首个以海盗为主题的园区、最长的迪士尼花车巡游路线等。上海迪士尼乐园中的许多景点和娱乐演出，将成为全球迪士尼乐园的首发项目。日前，上海迪士尼乐园官方网站公布了园内部分实景图和首批合作的30家旅行社名单，迪士尼门票将于3月28日开始发售。

除迪士尼以外，近年来国内也涌现出不少主题乐园。此前，中国首座Hello Kitty主题乐园——位于安吉的凯蒂猫家园开业迎客。安吉凯蒂猫家园是安吉天使乐园休闲旅游度假区项目的一个重要组成部分，天使乐园项目作为浙江省“十二五”规划重点旅游开发项目，总规划范围19.5平方公里，建设用地规模约3平方公里，总投资预计70亿元。

此外，像常州恐龙园、海昌极地海洋公园等，也在主题乐园领域打造出自己的特色。创立于2000年的常州中华恐龙园，创造性地提出涵盖主题教育、主题游乐、主题环艺、主题演艺、主题商业及管理设施、服务设施、媒体设施在内的主题公园“5+3”发展模式，是一家融展示、科普、娱乐、休闲及参与性表演于一体的恐龙主题综合性主题游乐园。而海昌极地海洋公园则主打极地海洋主题公园。在各地海昌极地海洋公园内，游客可以通过海洋珍稀动物和鱼类，如帝企鹅、北极熊、伪虎鲸、白鲸、海象、海豚等展示、表演与互动，打开一道体验南北极和海洋风貌，感受极地海洋文化梦幻之旅的大门。建设中的海昌海洋公园旗舰项目——上海海昌极地海洋公园则是世界级旗舰海洋公园项目，拥有最先进的第五代海洋公园设施，包括展示形象、表演、科技含量等各方

面。资料显示，该项目总占地面积约29.7公顷，总规划建筑面积约为19万平方米，包含12个展示场馆、4个大型海洋动物互动体验项目、3个特效影院及15项大中型游乐设备。

“标新立异”层出不穷

在各类主题乐园如火如荼建设、经营的同时，很多“标新立异”的主题乐园也同样层出不穷，为游客提供多种多样选择。

今年元旦，由美国ISA精心打造的胡桃夹子冰雪主题乐园，在上海世博源庆典广场亮相，整个乐园贯穿的主题，来源于经典童话《胡桃夹子与老鼠》。据悉，胡桃夹子主题区的每一个区域都向游客们展示不同的故事情节，配以相应的冰雪人物造型和场景，把这个童话名著直观地呈现在游客眼前。

近期火爆的VR（虚拟现实）技

术也成为多家主题乐园的“卖点”。近期，棕榈园林宣布，公司已于3月13日与盐城满天星投资合伙企业（有限合伙）、北京掌趣科技股份有限公司与何文艺、北京乐客灵境科技有限公司签署《关于北京乐客灵境科技有限公司之股权转让及增资扩股协议》及相关股东协议，股权转让及增资完成后，公司将持有乐客VR4%的股权。棕榈园林表示，作为一家以生态城镇为转型战略的园林上市企业，借本轮融资，将实现虚拟现实应用与生态城镇的结合。其中，棕榈园林还将与乐客VR建立合资公司，开展有关VR主题公园创意设计及整体解决方案业务。目前，在国内，已有华谊兄弟、光线传媒等开拓VR主题乐园。另外，一些主题乐园已在采用VR技术，用于提升游客游览体验，这也成为很多主题乐园宣传的重点。

■ 潮流

以“快时尚”方法做家居家纺

□ 本报记者 殷鹏

在与时尚赛跑方面，服装品牌Zara的母公司Inditex为我们创造了一个“快时尚”的传奇：Zara的一件衬衣从科卢纳的设计室到巴黎或东京的专卖店所需要的时间只有区区两个星期。就在Zara欲积极布局线上业务时，国内一些主打线上销售的居家家纺品牌也开始借鉴“快时尚”做法，让这个不算景气的行业重新获得资本青睐。

现在的年轻人对毛巾、浴巾、床单更换的速度比我这个年龄段的人快得多。90后赚钱不多，买东西价格相对低一些，比如床单、被罩主要的价位是三五百元，用半年或一年左右，风格不喜欢了，他就换新的。所以居家家纺领域“快时尚”的需求给

行业带来巨大增长潜力，不过只有互联网类企业才能抓住这样的商机。”46岁的优雅电子商务（北京）股份有限公司联合总裁陈腾华告诉中国证券报记者。传统的家纺起源于能满足铺盖盖、遮掩掩、洗涮涮的日常生活。很明显，这些功能已不能满足现在的家纺市场需求。如今的家纺行业已开始形成追求时尚、个性、健康等多功能消费风格，用“快时尚”的做法似乎“正中下怀”。

优雅电商刚刚在新三板挂牌，这是一家线上居家家纺企业，比照传统企业它有更新的玩法。陈腾华曾参加过几次传统居家家纺企业新品订货会，“一般是年底或春节前，选择一线大城市，把一二级分销商和各地代理商召集在一起，包吃住，用特别大的场地，展示特别多的品类，一年

两季。”陈腾华说，传统居家家纺企业渠道长，90%以上销售额来自线下，假如出厂价是100元，但在产业链条中没有谁能获得暴利，因为这种模式运营成本和各种费用较高。品牌商用“钓鱼”方式，钓到加盟商或中间代理商，把货卖给下游，收到货款，品牌商当年的财报就完成了，没有库存压力。而线上品牌商没有那么多代理商，生产的库存都是自己的，这就逼得要找出高效办法。

陈腾华的做法是把产品信息全部记录下来，用移动加权平均销售模型，算出每个产品在每个地区的销售情况，加上季节性和生命周期状态，预测产品在未来两周到四周的销售情况，做出工厂订单表，目的是让畅销品不断货、滞销品在最短时间内

在产品库中消失。“给工厂下的新品首笔订单数量尽量少，例如1月上线30个新品，利用大数据，我们会分析其中有15个是畅销品、10个是常销品、5个滞销品，我有80%的把握准确判断出结果。我们做一亿元销售额时，除仓储人员，只需要50个人，就是基于互联网才能做到数据的及时反馈和分析，从而管理好库存和周转。我们的毛利率水平也许只有传统企业的一半，但只要提高周转率，投资回报率就会高。”

现在很多主打线上的商家开始建设线下体验店，对此，陈腾华有自己的想法。“创业的初衷是打造‘线上的宜家’，线下我们想做的旗舰店是打算把生活场景放进去，面积没有宜家那么大，功能定位一定不是以销售为主。我们希望客人在这里体验的