

上网流量用不完为何不能累计?

网友质疑当月使用不掉只能作废做法不合理

网友吐槽:为何多不退少要补?

“现在用手机上网,临近月底常接到短信通知说流量不多请及时购买。买了之后没多久进入下一个月的计算周期,上个月剩余多少不知道,也不能再用。为什么超出的流量要交费,没用完的流量不累计,难道没用完的流量我没交钱吗?”网友“玉树临风”郁闷地在网上“吐槽”。类似的质疑,最近成为网络热点。

不少到营业厅办理套餐业务的市民也表示了同样的质疑。“到移动、联通、电信办套餐,都要按照年度签订合同,并且支付一定预付款。那么为什么计算流量就必须按照月份呢,这不是霸王条款吗?”

“为什么手机上网超过的流量要收费,而没用完的流量却不累计?”随着智能手机的逐渐普及,手机流量费成了“开门七件事”外的新开销。

为了避免高额流量费,许多消费者选择手机套餐。但人们也随即发现,尽管一般和电信公司按年签订合同,但流量的使用却必须按月计算,当月使用不掉只能过期作废,这种做法是否合法合理?

客服说法:地区差异无可奈何?

就这种质疑,记者拨通了移动、联通和电信公司的客服电话,得到了不同的说法。

说法一:“明知”说。

中国电信的“10000”号客服人员表示,按照签订合同时候的约定,套餐的流量计算方式就是按月的,消费者应该是明知的,具体内容、优惠、计算规则都写在合同里。

那么这样是否构成“格式化合同”,为什么香港等境外地区的话费和中国内地差距巨大?记者问。客服人员表示,“这是不同地区和国家政策不同产生的差异。”

说法二:“程序合法”说。

中国联通“10010”的客服人员对此则表示,“这种规定是经过电信局等主管部门审批同意的,但具体内部流程是什么,表示无法告知。”也就是说,按其意思,只要程序合法,就是有理的。

说法三:没有下文……

记者随后又拨通了中国移动10086的客服电话,客服人员将套餐约定的情况介绍了一遍,并表示将咨询转给预处理专线,另外请专人回复。但截至记者发稿时,仍没有下文。

律师观点:涉嫌“霸王条款”不合理

上海联业律师事务所王展表示,多出的流量收费,而多余流量按

月作废,这实际上是一种“霸王条款”,这在垄断性国有企业中屡见不鲜。商品的定价依据是什么,成本是多少,这都是不公开的。由于是垄断的,消费者既没有知情权,也没有选择权。

对于一些消费者的质疑,有的电信公司表示,无论每月消费者有没有用完流量,电信公司的成本都一样。但到底要付出多少成本,消费者却不得而知。

尽管存在诸多不合理的地方,但王展表示,如果消费者真要较真打官司,确是困难重重。因为按照法律规定,谁主张谁举证。消费者难以掌握电信公司内的经营成本等诸多相关数据,要法院认定其侵权很难。

本报记者 宋宁华

零距离感受红色传统绿色生态 全国知名晚报记者“上饶行”

本报讯 在中国晚报工作者协会的支持下,由江西省上饶市委宣传部、上饶日报主办,上饶晚报承办的“全国知名晚报上饶行”活动近日圆满结束。在为期5天的活动中,来自新民晚报、北京晚报、今晚报、羊城晚报、深圳晚报等全国29家知名晚报的50多位记者齐聚上饶地区,聚焦“建设最美上饶市,争做最美上饶人”,零距离感受具有红色传统的上

饶地区风土人情和经济发展成果。

今天的上饶,良好的生态环境成了上饶最大的优势、最大的品牌、最大的潜力。据上饶市委副书记、市长潘东军介绍,上饶现有9个国家级森林公园、18个省级森林公园;城市建成绿地率近45%,绿化覆盖率49.1%,人均公园绿地面积15.9平方米;有3个世界级旅游品牌、4个国家级旅游品牌;有世界自然遗产与

世界地质公园三清山、世界地质公园龟峰公园和中国最美乡村婺源。

近年来,为实现工业发展与生态环保的双赢,上饶市坚持严把环评、安评、能评关,切实加大节能、降耗、减排步伐,严格禁止低水平建设、重复建设和不符合国家产业政策和安全环保标准的项目入园。去年以来,全市已拒绝320多个不符合要求的项目进驻落地。(向阳)

纪念抗日军政大学建校77周年 延安抗大馆藏资料在沪展出

本报讯(记者 江跃中 通讯员 高慧琳 钟媛)前天是我军高级将领的摇篮——中国人民抗日军政大学建校77周年纪念日,由中国抗日军政大学纪念馆(延安)和上海抗日军政大学研究会暨校友联谊会主办的《延安抗大纪念馆馆藏资料展》,在普陀区社区学院抗大精神教育基地举行。

抗日军政大学开办10年,总共培养了20万名学员,其中很多人成

为我党我军的高级干部和高级将领,十大元帅中的五大元帅,以及八名大将就出自该校。本次资料展展示了抗大为我党、我军培养“德才兼备、文武双全”的军政干部,对我军的发展壮大、新中国的建立、建设作出历史性重大贡献的奋斗历程。展览共展出100多幅珍贵历史照片,将在沪展出3个月,并转至学校、社区巡展。

红罐加多宝凉茶 ≠ 红罐广药王老吉

人在做,天在看,加多宝的天就是所有的消费者。为维护每一位消费者的权益,加多宝必须告诉广大消费者两个红罐凉茶的真相:红罐加多宝凉茶完全不同于红罐广药王老吉。

配方不一样,工艺不一样 当然口感不一样

凉茶创始人王泽邦第五代玄孙王健仪曾多次在公开场合表态,并携家族发布联合声明,她已将祖传凉茶秘方独家传授给加多宝,从未授予其他企业和个人。“我已将祖传秘方独家传授给加多宝集团。加多宝生产的凉茶是我独家授权配方的,过去是,现在是,将来也是。”

传授就意味着亲手教、亲口传,而且亲自实践,这是别人无法抄袭的。秘方传授不仅包括植物材料的配方,还包括制作过程、手法。毫厘之间,见真章。如果说配方是区别凉茶正宗与否的根本,那么凉茶的生产工艺则是依托配方来生产高品质凉茶的保证。据公开资料显示,加多宝独创由三项发明专利构成的凉茶浓缩汁技术,并采取“集中提取,分散罐装”的方式实现凉茶工业化大生产,确保每一罐凉茶品质优良、风味相同。

配方不同,工艺不同,当然



口感不一样。消费者无论走到哪里,打开的每一罐加多宝红罐凉茶都是他记忆中的味道,过去是,现在是,将来也是。

广药王老吉用红罐 被指涉嫌误导消费者

也正是因为加多宝开创的红罐包装在凉茶领域的影响力,广药收回王老吉商标后,推出了王老吉红罐凉茶。但是,广药生产的王老吉配方、生产工艺和之前加多宝生产的

王老吉完全不一样。

近日有两起被热议的“口味维权”案。广药集团因生产“红罐包装”的凉茶,致使消费者购买并饮用后发现口味变了,向法院起诉维权,分别在济南和沈阳获立案,并于近期开庭审理。

红罐属于加多宝, 没有加多宝就没有红罐凉茶

加多宝历经十七载寒暑,始终真心诚意。从开疆辟土到做大做强,此间辛苦无需多言。1996

年,鸿道集团董事长陈鸿道自行设计,并最先使用红罐包装生产、销售凉茶,在此之前市场上没有红罐凉茶销售。红色的罐体,罐顶采用粗咖啡色边,配以黄色的醒目品名。1997年,红罐包装装潢获得中华人民共和国专利局颁发的外观设计专利证书。

17年来,加多宝投入数百亿元,不遗余力打造红罐凉茶,将其从岭南一隅推向全国,缔造红罐凉茶传奇,从2007年至2012年,加多宝生产的红罐凉茶连续

6年荣膺“中国饮料第一罐”。加多宝一手将红罐凉茶打造成知名商品,其中凝结着万千人的青春和心血,没有加多宝就没有红罐凉茶!

加多宝一直秉承悬壶济世的公益爱心理念,勇于承担社会责任。08年汶川地震捐款1亿元、2010年玉树地震捐款1.1亿元、2013年雅安地震捐款1亿元。与此同时,加多宝13年如一日,累计捐款4000多万元资助8000多名贫寒学子圆梦大学。

公平正义会支持红罐 加多宝全力创造的心血

“种瓜得瓜,种豆得豆”,“谁创造,谁拥有”,加多宝创造了红罐凉茶,投入大量人力物力财力培育红罐凉茶,红罐属于加多宝无可争辩。加多宝倾力全力创造的红罐凉茶是加多宝的心血,加多宝创造了红罐的品牌价值和红罐代表的所有商誉。营销专家表示,商场如战场,但踏实做事、鼓励原创始终是市场兴旺的正能量。市场必须鼓励白手起家、勇往直前的商业精神,这样才能涌现出更多的商业奇迹。

在我国,“不劳而获”决不能成为现实,而“公平正义”也不能只是一种神话。对此,加多宝满怀信心!