

“787”首航一波三折最后作罢

空客330代替执飞 南航昨微博致歉

本报讯 (记者 金志刚)昨天,中国首架波音 787 梦想客机原本要执行首次商业航班,但却经历意想不到的“一波三折”,最后还是由空客 330 机型代替执飞,令不少想尝鲜的飞友有点失望。

首航最终取消

根据计划,南航的波音 787 客机在昨天正式投入商业运营,执飞广州-北京-广州航线,其中首航为广州飞北京的 CZ3103 次,计划起飞时间为中午 12 时。不少旅客和飞友都是冲着 787 首航而来,有的甚至不惜“重金”购买头等舱机票,其他舱位票价也基本为全价。

但是昨天早上 7 时许,南航官方网站上 CZ3103 航班的机型临时改为空客 330 了。尽管南航没有给出确切原因,但有消息称,波音 787 飞机在前一晚的飞行中突发故障,需要停场在揭阳机场维修。不过随后的上午 10 时多,南航又说波音 787 已完成维修,正从揭阳潮汕机场调机回广州,CZ3103 航班又由空客 330“改回”波音 787 了,但起飞时间推迟至昨天下午 3 时。

昨天下午 4 时多,南航又宣布由于北京首都机场全天能见度达不到新机型、新机长执行标准,为确保航班正常执行,南航决定安排一架 A330 代飞该航班。最终,本应是波音 787 客机首秀的 CZ3103 航班由 A330 客机“代劳”,在晚点近 5 个小时后于昨天下午 4 时 47 分从广州起飞。

旅客行程被打乱

业内人士解释说,由于 787 客机是新机型,而且南航的 787 客机是中国首架,因此所有机长都是未取得 787 机长资格。对新飞机或新机长,落地时的能见度要求要在机场本身的运营标准上有一定增加,这也是国际安全标准。按照我国民航法规,新飞机、新机长的落地能见度是 1600 米,而昨天北京的能见度一直在 1200 米上下,南航换机之举的确符合“安全第一”的国际飞行理念。

但几次变更机型,打乱了一些旅客的行程,晚点近 5 个小时,变来变去确实很折腾。其中一些专门冲着“梦想客机”而去的飞友更是大失所望,网友“心无界自永恒”为了尝鲜订购了 CZ3100 北京-广州的头等舱机票,在“一波三折”过程中他发微博称“今早南航来电说 787 故障,改换机型,我就把沈阳-北京的动车票退掉了,刚刚又来电说 787 可以飞了,我现在在沈阳,该怎么办啊?”

对此,南航通过官方微博致歉,“对于不能乘坐该航班的旅客,已安排免费签转。由此给旅客造成的不便,南航深表歉意。”

鲜花送给爱的人 “绿衣”甘做送花人

爱情邮局服务通达全国及全球 185 个国家

本报讯 (记者 沈敏岚 通讯员 胡诗云)因浪漫甜爱路而诞生的爱情邮局,把“爱之路”延伸到全国及全球 185 个国家,上海邮政爱情邮局与四川路桥邮政支局联合推出“鲜花送给爱的人”全国送花服务活动,为用户办理“鲜花送给爱的人”业务,同时市民也可拨打邮政客服热线 11185,通过电话办理预订鲜花配送服务,所有鲜花都来自邮政指定花圃,特制包装并安排专人递送,可指定投送日期,目前已通达全国各地以及全球 185 个国家的主要城市。

6 月 6 日是沈先生远在法国马赛女友的生日,他希望邮政能为女友送上 66 朵红玫瑰。然而由于当地花商包装配送的原因,无法完成这笔配送。沈先生获悉后十分着急,再三请求想想办法。客服专员多次和花商联系,花商终于答复可送 36 朵红玫瑰,六六三十六的吉利数字让沈先生一扫愁容,露出笑脸。



环肥燕瘦 同秀旗袍

首届上海市民文化节之一的“海派旗袍秀”活动昨天在东方明珠广场上拉开帷幕。来自沪上各旗袍沙龙的千余名旗袍爱好者齐聚一堂,共现海派旗袍的韵味风采。活动现场还成立了一支胖太太旗袍队,丰满女性也同樣能展现旗袍之优雅曼妙。 杨建正 摄

端午节点了 箬叶价涨了

本报讯 (特约通讯员 史美龙 本报记者 朱全弟)传统的端午节临近,喜欢自己包粽子的市民发现,这几天箬叶价格出现飞涨,每斤攀升到 6 至 8 元,与 5 月中旬相比,足足翻了一番。

市民吴阿姨是个粽子能手,今年 5 月箬叶刚上市时就包了 10 来斤肉粽、赤豆粽,分别送给亲戚、街坊邻居尝鲜。今天她已经是第三次来宝杨菜市场买箬叶了,前后兜了一大圈,结果发现箬叶的价格突然涨了许多,小的 6 元一斤,大的 8 元一斤,均比上次买的时候翻了一番。

有关人士分析,箬叶价格突然暴涨,与临近端午包粽子的人家剧增有关,一位来自崇明的摊主介绍,作为箬叶主产地的崇明岛,由于时下农民正在忙于夏收,分流了采集箬叶的人手,上市的箬叶有所减少,在批发市场已经涨到了五六元一斤。

“8424”甜如水蜜桃

浦东三家合作社摘得西瓜评比金奖

本报讯 (记者 孙云)“13.5 度!乖乖,这糖度都赶上南汇水蜜桃了!”6 月 5 日,在浦东农协和和浦东农业技术中心举行的 8424 西瓜评比会上,评委倪秀红看着糖度检测仪上跳出的三个数字,惊喜地喊了出来。经过专家综合评定,李氏、美滴和桃咏三家合作社选送的西瓜摘得大赛金奖。

在当天的 8424 西瓜大赛中,25 个合作社选送的西瓜,糖度基本都超过 10 度,口感接近南汇水蜜桃。

六月电商大战风起云涌 口水战先起 价格战后到

电商大战年中战犹酣。6 月以来,由京东挑头发起的十周年店庆月口水先喷。继苏宁易购、当当、易讯等各路电商同样以“别”动队形式排好队一致“说不”后,昨天一直以老大自居而表现淡定的天猫也加入战团,和京东在微博上隔空对骂,引发无数网民围观。

广告商无本获利

月初,一个题为“六月,来了”的红色战帖出现在京东官方微博上:

“别闹,把你们无聊战书捡回去,把你们泄密邮件收起来。6 月,有且只有京东。”对此,苏宁易购、当当、易讯等各路电商相继隔空对阵,“别慌”“别吹”“别装”“别吵”……一系列“别”字体战书一时间微博上满天飞。昨天,老大哥天猫也终于忍不住了:“真正的回馈消费者,不是以各种促销的名义;也不是动不动动西红柿喊二选一的公关秀,而是真金白银地让消费者得利,让商家成长……”

据艾瑞等研究机构监控数据显示:在过去一个月间,电商行业在网站、电视、分众等各类广告商处投放的广告已经超过 4 亿元。6 月价格战还未真正开打,广告商却“莫名其妙”成了最先获益者。

避开噱头吃到肉

实际上,6 月的电商大战正是从这两天才开始。继京东先以 3C 家电开炮推出万台 iPhone4、iPad2 仅售 1999 元后,当当与亚马逊也分别推出投放 4 亿代金券和比价等活

动;到昨天,腾讯旗下的 QQ 网购打出为期 3 天的 5 折包邮,凡客则以满 200 减 40 跟进;明天,还有电商+店商的苏宁易购启动线上线下同价,易讯则针对京东升级有奖“价格举报”,天猫则出血 4 亿元分别补贴消费者和商户……

令人眼花缭乱的促销战背后到底有多少真实惠?“网购价格战里确实也能淘到便宜,但关键要学会避开噱头吃到肉。首先你要充分比价格、挤水分,看这款商品到底是真降假降、是不是先涨后降、究竟哪家才是最便宜;其次就是要看服务,因为毕竟 6 月价格战打得猛,送货及时才是王道!”总结经验,“骨灰级”消费达人“上海小姐”今天对记者说。本报记者 胡晓晶

上海名牌

上海市3.15维权银质奖杯

上海市守合同重信用企业

曹家渡家具

相聚端午节 享受超值价

总面积 38800 平方米

走百家算一算 来我家看一看

买就送 详情见商城海报

时间:2013年6月8日-12日

端午盛惠

上海曹家渡家具商城

总店:长宁路121号(1-8楼) 服务热线:62401665 招商热线:62267295