

空气质量优劣提前可知

本市昨首发预报 每天下午五时发布

本报讯（记者 郭剑烽）昨天起，上海市环境监测中心携手上海中心气象台发布空气质量预报。昨天 17:00，首个预报发出：由于大气扩散条件良好，本市空气质量继续保持优良。

具体到 3 个时间段的预报为：9 月 1 日夜間，AQI 为 20-40，空气质量优；2 日上午，AQI 为 45-65，空气质量优到良，首要污染物为 PM10；下午，AQI 为 40-60，空气质量优到良，首要污染物为 O₃。

自去年 11 月 16 日空气质量指数 (AQI) 发布以来，市民在高度关注空气质量实时状况的同时，也期盼着能早日看到空气质量预报。考虑到市民早晚锻炼、出行安排等需求，有关部门将空气质量预报于每天 17:00 前后向公众发布，预报范围主要为未来 24 小时，并将其划分为三个时段进行预报：当日夜间 (20:00-6:00)、次日 (6:00-12:00)、次日 (12:00-20:00)，分别预测每个时段的 AQI 指数范围、污染等级和首要污染物。

对于预报的准确率，上海市环保局表示，空气质量预报和天气预报十分类似，但由于空气质量变化和污染排放状况，与气象条件等密切相关，空气质量预报尚难以做到精准无误。今后将继续加强监测数据和技术方法的积累，努力提高预报准确率，并力争早日向公众推出未来 48 小时乃至更长时段的空气质量预报。

铁路退票新规出台首日就被“先改签再退票”打出漏洞 旅客“攻略”绕过20%退票费

从昨天开始，全国铁路实行退票新规，最高退票费由原来的 5% 重归 20%。记者调查后发现，退票新规存在漏洞：部分旅客选择“先改签再退票”的方式“规避”20% 的退票费。同时，对于铁路实行梯次退票给出的解释，绝大部分旅客并不买账，认为铁路在推出新规之前欠缺调查，其解释也因脱离现实而难以自圆其说。

想出方法“享受5%”

从昨天开始实施的铁路梯次退票新规：票面乘车站开车前 48 小时以上的，退票时收取票价 5% 的退票费；开车前 24 小时以上、不足 48 小时的，退票时收取票价 10% 的退票费；开车前不足 24 小时的，退票时收取票价 20% 退票费。

既然退票方案分不同时间，个别旅客就钻起了空子，把 24 小时之内的车票先改签到 48 小时以上，然后再去退票，本该 20% 的退票费也“下降”到 5% 了。如某旅客手上有一张 9 月 1 日晚上 6 时的火车票，价格为 100 元，他 9 月 1 日下午 4 时去退

票，本该支付 20% 的退票费即 20 元，但他可以先改签到 9 月 3 日晚上 6 时的同车次车票，然后还是在 9 月 1 日下午 4 时去退票，这时就“符合”48 小时以上退票费为 5% 的规定了，他只要支付 5 元退票费，省下了 15 元。

虽然这样做的旅客数量并不多，但退票新规存在漏洞却是不争的事实。上海铁路部门已将此情况上报中国铁路总公司，但尚无回复，也不确定新规将来会不会有所调整。

新规被指缺乏严谨性

事实上，退票新规从 8 月 26 日甫一公布，就遭到不少“板砖”。有网友说，铁路从铁道部重组到铁路总公司，一些“习惯思维”和“习惯做法”还是没有改变，退票费虽然只是手续费，变更规定无须经历听证，但显然铁路部门事先缺少必要的调查，公布时也是“居高临下地抛出”，从公布新规到正式实施只有不到一周的“缓冲期”，而且实施后也存在漏洞，缺少严谨性。

而铁路部门给出的“为何要实行梯次

退票”的解释，也遭旅客质疑。铁路部门说，退票新规主要是为了避免旺季大量退票造成运力浪费，并给出了以下数据：“今年暑运前期日均退票量是日常退票量的 2 倍，同比增长 50.4%；今年春运期间日均退票量是日常退票量的 3 倍，同比增长 110%。”网友则指出，“旺季买票的人多，自然退票的也多”，这是退票量而不是退票比例，不能说明任何问题。

与淡旺季没啥关系

其次，铁路部门声称旺季退票多的原因，“多是旅客同时预订了不同时间和车次、席别的车票，等到临走才退掉多订的车票。”这种说法尤其引起旅客不满，很多网友都表示，春运、“十一”黄金周等旺季，买不到票是常态，“票富余到必须退掉多订的车票”绝不是普遍现象。更有旅客抱怨：“旺季 24 小时内退票，退回去的票也会被抢；淡季提前 48 小时以上退票，退回去的票也没人要，所以铁路部门出台退票新规与是否淡旺季没啥关系。”本报记者 金志刚

上汽自主品牌率先推新车“三包” 新购荣威和 MG 享受 3 年或 10 万公里质保

本报讯（记者 胡晓晶）让车主一盼经年的《家用汽车产品修理、更换、退货责任规定》（简称汽车“三包”），即将于 10 月 1 日正式生效施行。今天起，作为国内车市龙头老大的上汽率先提前一个月推“三包”，即对旗下自主品牌荣威和 MG 的新车主，提供 3 年或 10 万公里的超长质保，这比国家“三包”规定的“3 年或 6 万公里”还要长。

“三包”将是国内外各大汽车厂商即将面临的一场“大考”。在国家三包规定中，自“三包”实施之日起新购的家用汽车产品，包修期限不低于 3 年或 6 万公里，三包有效期限不低于 2 年或 5 万公里。而今起由上汽主动推出针对新车主的“更长质保”与“提前三包”，也有望引发其他企业跟进，或进一步抬高国内汽车“三包”的企业门槛，这对于消费者无疑是利好消息。

上铁暑运客发量创历史新高

本报讯（记者 金志刚）为期两个月的 2013 暑运于 8 月 31 日结束。运输 62 天，上海铁路局累计发送旅客 7281.3 万人，与去年同比多发送旅客 1144.4 万人，增长 18.6%，创历年暑运旅客发送总量新高。

9 月份上海铁路局还将组织开行上海至九江、池州、丽水、武夷山等方向的多趟旅游专列。

全球家居设计周7日盛大开幕 引爆设计消费新理念

是什么在影响我们的居住品位？是什么在改变我们的生活态度？又是什么在创建时尚潮流的符号？在国人消费水平日益提升的大趋势下，设计对于家居消费的引领作用正在日益凸显。

作为一个专业家居设计师资源整合平台，红星美凯龙将于9月7日—9月8日推出全球家居设计周活动，通过联合发售原创新品、提供设计师免费咨询服务、供应万款“出色价”爆款商品、开设设计师主题沙龙等形式，联合全国百城共同引爆设计消费的新理念。

原创新品独家首发

活动期间，红星美凯龙将联合百强、澳珀、澳美、荣麟等国内顶尖家居品牌发布床具、沙发等系列新品，这些原创家居都将在红星美凯龙卖场独家发售。届时，红星美凯龙上海真北店B1楼将举行新品发布会，正式启动设计消费节。

据了解，澳珀品牌将推出由中国家居设计泰斗朱小杰亲手打造的“园野”系列产品；荣麟品牌将推出曾多次在国际性家具博览会上获得金奖的梧桐系列家居产品；百强则带来由西格弗雷德·希尔巴赫 (Siegfried Schelbach) 先生设计的旦丁系列、如意系列；澳美世家将推出由顶尖华裔美籍家具设计师DAVITA NIU和意大利资深设计师PINO、MIMMO STANO共同操刀的“澳郡”系列。

对此，红星美凯龙相关负责人表示：“我们希望通过这次活动大力推广一些具有原创精神的设计产品，搭建设计与市场的对接平台，共同助力中国家居原创设计”。

大牌设计师引期待

除了顶尖品牌新品首发外，红星美凯龙全国各大商场将集中供应万款以上设计感强的“出色价”商品，之所以叫“出色价”主要是因为这些商品为高品质商品，物超所值。正如本次设计周主题——“形形色色”，红星美凯龙希望通过这些商品倡导品质家居生活，向消费者传递家居设计的价值。

不仅如此，红星美凯龙还整合了5000多名一线设计师资源，现场提供免费咨询服务。消费者可以针对装修前后的风格设计、空间布局、建材选择等问

题与朱小杰、张雷等红星美凯龙时尚专家零距离互动。

在一家上海私营企业任市场经理的段小姐对于这次活动非常期待，近期打算装修新房的她表示：“我希望设计师首先能帮我把预算降低下来，用便宜的材料能够达到我想要的风格效果。当然最重要的是在设计当中包含我自己的情感”。

上述负责人表示：“就像父亲节、母亲节时，消费者的消费热点就会有所不同。我们希望通过设计师带动设计消费热点，构建集群设计市场，倡导设计消费，引领设计生活。”

设计师沙龙遍地开花

值得一提的是，为了加深消费者对于“设计消费”的理解，9月7日，红星美凯龙还将在全国各大城市举行

设计师沙龙活动，包括南京卡西门店、成都双楠店、天津河西店、重庆江北店、郑州店在内的多家门店将围绕“设计消费”展开主题活动，每场活动将有2—3名设计师主讲以及100名左右设计师参与。

一位已确定将到南京卡西门店主讲的设计师认为，设计沙龙的价值在于培养消费者的设计意识，让他们懂得欣赏设计、了解居家之美。当消费者品位得到提升后，设计消费就不再仅仅停留在理念层面，而是成为很自然的消费习惯。业内专家认为，在行业竞争加剧的市场格局下，家居流通、零售业必须学会为消费者寻找并确立新的价值点，此次红星美凯龙在全国倡导的“设计消费”理念，有望引领“尊重原创，为设计买单”的风潮，成为新的消费风向标。