

选择在外边儿吃? 这里头讲究老多!

紧约快订年夜饭, 可得谨防“年夜烦”

□晨报记者 李鹏 见习记者 杨阳

“我早就订好了年夜饭,因为去年腊月二十五没订着,今年提前下手,在腊月十五就订了年夜饭。我们全家准备在除夕夜到饭店大吃一顿,团圆美满!”1月13日上午,新区市民牛

凤英女士对记者说。

记者在采访中了解到,新区各大酒店的年夜饭预订非常火爆,很多酒店的包间甚至是大堂早早就被预订一空。

风味套餐更多

1月12日到13日,记者从新区部分酒店了解到,今年他们推出的年夜饭套餐与往年相比,种类有所增多,价格多在500元至1000元之间。

在新区一家酒店内,工作人员告诉记者,

为了迎合顾客的不同口味,今年他们特别推出了年夜饭套餐,“今年的年夜饭有酸、甜、苦、辣不同的系列风味,顾客可根据个人喜好选择。”一位厨师告诉记者,“我们推出了具有龙年特色的菜式,像‘龙飞凤舞’、‘鱼跃龙门’等。”

春节预订火爆

新区市民刘先生告诉记者,“预订年夜饭可真难!我找了新区6家酒店都没订上。后来,在朋友的帮助下才订上。”

记者随机采访了十多位市民,只有三人成功预订了年夜饭。1月13日下午,记者拨通新区某酒店的电话,以顾客的身份预订年夜饭。对方表示,今年预订年夜饭的顾客特别多,该酒店的包间和大厅已经被订满。记者又拨打了

其他几家酒店的电话,得到答复“已经没有位置了”。据悉,年夜饭的预订集中在除夕夜,初一中午和晚上,初二中午和晚上这三天。

不少中小餐馆在春节期间停业,是导致各大酒店年夜饭难订的原因之一。一些准备放假的餐馆经营者表示,除了让员工回乡过年外,经营成本增加、人手紧张,以及难以和大酒店竞争等问题,都是导致他们春节停业的原因。

平价更受青睐

在采访中记者了解到,比起大酒店推出的高价年夜饭,更多市民青睐普通饭店的平价套餐。

“吃年夜饭最重要的就是一家人坐在一起吃得开心!没必要为一顿饭花上千元。”新区市民李先生说,“我家经济条件有限,平时生活比较节俭,我觉得花上三四百元,找一家普通饭店,一家人围坐一桌儿也不错!”

除了预订年夜饭套餐,也有不少市民选择

单点,新区的刘苏丽就是如此。她在新区一家酒店预订的年夜饭全部采取单点精品菜式的方式。

据新区一家酒店的工作人员介绍,年夜饭单点菜品没有最低消费的限制,对于人数较少的家庭来说十分划算。“不过单点菜品的缺点是上菜速度慢,如果顾客要单点,最好能在吃饭当天提前到饭店,以保证能按时吃上美味的年夜饭。”

在外聚餐省事

在酒店吃年夜饭的花费比在家准备要高得多。可为什么还有那么多人选择去酒店吃年夜饭呢?

新区的刘女士谈起在酒店吃年夜饭的好处滔滔不绝,“我家七口人,在家里准备一顿丰盛的年夜饭,非常麻烦!过年了,大家都想歇歇,在家吃完年夜饭以后,还得洗碗、擦桌子。

酒店里的套餐种类很多,味道也比自己做得好,最主要的是很省事。”刘女士说,“我平时上班很紧张,春节得好好歇歇。今年还是我儿子提出在酒店吃年夜饭的。他说自己的同学中,就有很多人在酒店吃年夜饭,所以我们也到酒店预订了年夜饭。吃过饭以后回家,正好赶上看春节联欢晚会,多好!”

订金难退

个别市民反映,在预订年夜饭之后,因为种种原因,他们不能去吃年夜饭,想要回订金时,遇到了难题。

据新区某酒店的工作人员透露,餐饮行业的潜规则就是不退订金。

一般来说,年夜饭的订金不多,如果情况特殊,双方会签预订合同。“考虑到实际情况,如果提前三周取消预订年夜饭,可以退全部订金;少于三周取消预订,可按天数多少退还部分订金;如果在一周之内取消预订,订金就不退了,因为既然有订单,酒店就会提前准备,这是要投入成本的。”

协议难签

在采访中记者了解到,预订年夜饭时,所有酒店都要求顾客交订金,然后,酒店的工作人员会开张小票,上面注明开票的时间和预订的房间及桌位。这些订金一般为每桌100元至300元不等。

当记者问起在顾客预订年夜饭时,酒店方面是否与顾客签订相关协议,对此,大部分酒店的工作人员均表示,几乎没有顾客要求签协议,他们也不会主动跟顾客签。

新区的李先生说:“我们只是去酒店吃顿年夜饭,我个人觉得没有必要签协议,酒店方面也没有签协议的先例。”

对于预订年夜饭是否应该签协议,不少市民表示他们希望和酒店方面签协议,但大多数酒店并不愿意这么做。

“订金”、“定金”大不同 遭遇欺诈拨打 12315

记者以顾客的身份去几家酒店预订年夜饭,发现在个别酒店工作人员的记事簿中,“定金”与“订金”用得是随意。

市法律援助中心的杜晓峰律师告诉记者,“订金”与“定金”是不同的。

消费者付定金,若商家违约要双倍返还,如果消费者违约,商家则不用返还;而订金属预付款性质,不具备担保作用,交易不成又无另外约定时,商家应当退还订金。“为保障顾客的权益,应该用‘订金’不是用‘定金’。”杜晓峰律师说。

此外,顾客还应与酒店签订协议,约定对方提供年夜饭的细则,对食物的种类、计量单位或分量及质量进行约定。如虾是按“份”计算还是按“个”算,是否可以自带酒水,以及用餐的具体房间或大厅位置等。协议中,要明确双方的义务,违约方应承担的责任等。

在消费结束后,详细查看账单,付款时索要相关票据,一旦出现问题,可拨打12315投诉。



TCL 国际化进程再提速, 平板电视年销量首破 1000 万台

2011年12月16日,“中国彩电企业 TCL 全球年销量首破千万台庆典暨第 10000000 台电视珍藏仪式”在京隆重举行,这是中国彩电企业全球平板电视年销量首次突破 1000 万台大关,也是中国彩电产业发展的一座里程碑。

庆典现场,在行业协会领导和 TCL 高层的见证下,TCL2011 年所销售的第 10000000 台平板电视被其企业历史博物馆郑重珍藏。同时,此台电视的购买者也被 TCL 授予“终身荣誉客户”称号,享受终身五折购机的荣誉特权。

中国彩电企业首次迈入“千万级俱乐部”, TCL 树立行业里程碑。中国电子视像行业协会副会长白为民对 TCL 代表中国彩电企业年平板电视销量首次突破 1000 万台表示热烈祝贺,并发表了热情洋溢的讲话。白为民表示,“这是中国彩电业发展的一座里程碑,1000 万台对于彩电企业来说是个极具挑战性的数字,国际上销售突破 1000 万台的企业仅有三星、LG、索尼等几家,而且全是日韩企业。现在, TCL 代表中国企业彻底打破了外资品牌对‘1000 万级全球彩电俱乐部’的垄断,预示着中国力量正在撬动世界彩电产业格局,标志着整个中国彩电业进入了一个全新的发展阶段。”

据报道,随着全球经济前景的不明朗,今

年,行业机构纷纷下调对全球彩电市场的预期。而据市场调研机构 DisplaySearch 的《全球电视市场展望报告》显示,全球电视市场的年度销售预期值不断下滑,国际一线品牌索尼、LG 等也各自下调销售目标。同期,TCL 多媒体的表现却颇为抢眼,逆势上扬。

2011 年 1 月至 11 月,TCL 液晶电视销量达 930.41 万台,同比增长 43.71%。中国与海外市场齐头并进,销量同比分别增长 28.2% 和 75.4%。面对理想的业绩表现,TCL 多媒体两度调高全年销售目标,从去年年初的 850 万台调整至 960 万台,10 月又上调至 1020 万台。12 月 14 日,TCL2011 年度全球平板电视销售量正式突破 1000 万台大关,也成为了第一个平板电视年度销量突破千万台的中国彩电企业,率先跻身“全球 1000 万级彩电俱乐部”。

中怡康副董事长李基祥表示,TCL 跻身国际一线品牌阵营,将大大增强消费者对 TCL 彩电品牌的信心,将率先实现中国彩电品牌在全球消费者心目中的成功突围,实现中国制造向中国创造的历史性跨越。

奥维咨询总经理喻亮星则认为,TCL 全球年销量突破 1000 万台,将带动中国彩电企业和产业链的集群化成长,将直接影响整体中国

电子产业链的发展,对国民经济建设将发挥积极的推动作用。

TCL 多媒体副总裁、中国区销售公司总经理杨斌代表 TCL 致辞,并主持了庆典和第 10000000 台平板电视收藏仪式。杨斌表示,“TCL 多媒体 2011 年能逆势取得这样的好成绩,并代表中国彩电企业率先摘得年度 1000 万台平板销量硕果,最重要的原因在于 TCL 自身的‘三驾马车——全产业链整合、全球营销体系搭建和全产品线结构优化卓有成效,成果初现。”

据了解,TCL 全产业链布局工作去年取得了重大突破。TCL 投资控股的华星光电 8.5 代线于 2011 年 10 月 12 日正式量产,标志着 TCL 上下游液晶全产业链垂直整合优势初步形成,这不仅有助于 TCL 在未来液晶电视的市场竞争中取得优势,而且为建立中国彩电业在整体转型升级和在全球的核心竞争优势奠定了基础。TCL 全球营销体系也正在释放更大的能量,海外新兴市场增长迅速,1 月至 11 月销量达到 216.61 万台,同比增长达到了 144.8%。而 TCL 持续推动的全产品线结构优化和超级智能云 3D 电视等新品地率先推出,也进一步提升了 TCL 的产品竞争力。

在现场,TCL 销售的第 10000000 台平板电视的购买者,来自北京顺义区张镇大故现村的田金波激动万分地告诉记者,“TCL 电视的质量和 service 一直都很好,以前家里用的就是 TCL 的音响电视。春节前想再添台平板电视,就直接去买了 TCL 的,没想到成了 TCL 第 10000000 台电视的购买者,非常激动!刚才听领导讲,TCL 是中国第一个年销量突破 1000 万台的彩电企业,我能成为 TCL 的消费者真的感到非常光荣、自豪!”

杨斌表示,和田金波一样,众多消费者对 TCL 品牌的信赖也是 TCL 能够取得成功的深层原因。“全球平板电视年销量突破千万台,是消费者对 TCL 的一种高度认可,TCL 将一如既往地为消费者提供更多、更好的超级智能云 3D 电视等创新产品。”

白为民现场表示,按照全球彩电产业的发展规律,年度销量突破 1000 万台是彩电企业晋级全球彩电一流企业必须跨过的一个坎。研究表明,全球彩电巨头三星、索尼等,在跨过年销量 1000 万台这个坎后,都实现了质的飞跃,取得重大突破,引领并带动了全球彩电业日、韩时代的兴衰更替。我们相信,超越 1000 万台的里程碑,TCL 的国际化步伐一定会再提速!