

浪漫婚礼与奢华无关

——三位80后的“省钱经”

记者 刘漾

虽然婚礼被视作一个人一生中最幸福的时刻,但大操大办、透支金钱,显然与婚姻的本质没什么关联。举办婚礼,坚持“能省则省”的原则又有何不可呢?以下三位80后,用自己的实际例子,介绍了她们结婚的“省钱经”,证明少花钱也能办出像样的浪漫婚礼。

淡季办婚宴

去年底,27岁的温泉市民陈蕾在冬天地里成为了娇美的新娘。之所以在寒冬举办婚礼,是因为在这个季节举办婚礼比较便宜。陈蕾说:“完美婚礼是每个女孩的梦想。如果可以巧用一些省钱的办法,同样可以创造一个美妙的场景。”

婚宴是整个婚礼上很大的一笔支出,在旺季结婚不但难预订饭店,更是没有一点优惠,于是陈蕾把婚礼庆典时间定到了非休息日。据了解,很多酒店对平日和淡季的宴席会给出相应的折扣。还有一些新人决定办晚间婚礼,这样一来又节省了婚车迎亲的费用。

同时,陈蕾还在婚宴上大做文章,也省下了近万元。她在乡下请了几位做菜的好手,借用了城区一亲戚家门前的一大块私人场地,在那摆上了20余桌酒席,“酒水饮料我都是去批发市场批来的,菜也是我和家人亲自去采购的。”算下来,陈蕾这场热闹而欢喜的酒宴,只

花费了5千元左右。

陈蕾用自己的经验告诉大家,不妨把对数量的追求转移到对质量的讲究上,寻找一家有特色的餐厅而不是普通的酒店,挑选在其他地方吃不到的私房菜,并选用健康的有机食材。或者,亲友规模不大,而准新人又有余力的话,可以自己在家烹制;或者和亲友一起去野外垂钓,做“全鱼宴”;又或者,将婚宴地点定在户外,提供自助餐而非桌餐。

首选国产车

私家车,就像座移动的房子,带给人便捷舒适的享受,并已成为越来越多的新人结婚配置的必选项,排位仅次于婚房,成为结婚“新三大件”之一。

计划于今年国庆结婚的杨波,历经大半年的对比筛选,终于在上周购买了婚车。在杨波看来,既然是婚车,就得满足以下几个要素:首先是外观要漂亮、时尚、大气,符合新婚的喜悦氛围;其二要性能优越,结实耐用,满足家庭日常上下班代步、自驾游的用车需求;其三要空间宽敞,毕竟考虑到未来几年会有孩子,所以婚车最好能满足“三代同车”的需求,最后后备箱还可以放下婴儿车等大件物品;其四是适中的配置和性价比,虽说过份豪华没必要,但也要“够用”、“实惠”、“有面子”、“价位好”。

杨波始终认为,在婚房及婚车的选购上多花些精力与时间很有必要,毕竟它们伴随新人的时间最久,且也是诸多结婚开销中相对较大的两项。“实不相瞒,我和女友可供购车的资金只有不到13万元,而市场上那些符合我对婚车要求的车价位都超过了我们的预算,所以购车一直是难以取舍的难题。凑巧的是,上个月闲逛时,碰巧看到北京现代朗动的样车。细一了解,得知该车在安全配置上达到了国产中级车的最高标准。起步价仅为10.58万元,而且还可享受3000元节能惠民政策补贴。”按捺不住激动,第二天杨波便带着银行卡到4S店进行了试驾并当即选定车型付了款。“从看车到买车,前后加在一起不出两天,且12.58万元的价格也刚好在我的预算内。”杨波以自己的婚车选购经验建议新人,不要认为只有进口车的性能才是最好的,10至13万元的国产车性能并不逊色,且具有较高的性价比。

自拍“微电影”

时下,追求婚庆典礼的奢华、气派、梦幻,已成为一些年轻人及其家长借以相互攀比、卖弄实力的一种方式。殊不知,高价换来的只是千篇一律的流程与说辞,毫无新意。事实上,只要多花一番心思巧做规划,婚礼可以变得既个性体面又经济划算。

“在我看来,结婚并不是在走程序,而是要选择一种对自己和爱人来说最具纪念意义的形式。”去年9月份结婚的市民程承恩聊及对传统婚礼的看法时滔滔不绝。

为了寻求个性化,程承恩特意在婚礼前与女友拍摄了部“爱情微电影”,并于婚礼当天现场播放。“拍摄一部‘微电影’只需要一个剧本、一台摄影机就OK了,而剧本并不需要专人去写,因为它就是我们3年爱情路上所发生的难忘故事。此外,老妈从事声乐教育多年,担纲摄像兼导演不在话下,且化妆方面太太又能全部搞定。就这样,大家各施才能,从拍摄到后期找朋友帮忙制作,前后只用了一周时间,不仅效果较之传统婚礼录像新颖数倍,而且成本几近为零。”程承恩告诉记者,婚礼当天并未专门请婚庆公司,只是简单邀亲朋好友一起吃饭“看电影”,因而所有花费为3万元。

令程承恩没有想到的是,自己突发奇想并果断实施的婚礼点子,竟赢得了大家的一致赞许,不少准备结婚的朋友纷纷向其取经。



视点

购物街

夏装打折送清凉

本报讯 见习记者孔伏波报道:“昨天刚买的裙子,今天就减了40块,伤心啊!”气温陡升,使得夏装销售也迅速升温,服装店借机大打折扣牌以减库存。

刚刚七月初,很多店家的夏装便开始纷纷打折。3日,记者走访市场时看到,不少服装店摆出“清仓”阵势,纷纷打出折扣标语“一件减40、两件减100”、“一件7折两件6折”,更有“低至3折”以吸引顾客眼球。

“上个星期听说‘烧烤’模式要启动了,就赶紧买了件短袖,没想到新买的衣服还没来得及及穿便开始打折,这‘烧烤’开始了,夏装促销也开始了。”90后时尚女孩小雨直呼无奈,却仍然忍不住要再去挑两件夏装。

“前段时间天气有些反常,时热时冷,加上持续下雨,夏装卖的不好。”某店员说,眼看这几天气温陡升,夏装销量也见长,但过不了多久秋装就要上市,周边店铺都在打折清仓,他们也只好乘热打折甩货了。

秋装乘热悄上柜

本报讯 见习记者孔伏波报道:“烧烤”模式才刚刚启动,卖场里的“秋天”却即将到来。3日,记者在购物公园看到,在摆满夏装的橱窗里,有那么几位窈窕“模特”已经换上了靓丽的秋装。

“夏季还没到头,就要上秋装了!服装的上新速度是越来越快了,过去买新款夏装可以买到8月份,但现在夏天才开始呢,就得准备买秋装了。”正在挑选打折夏装的张女士感慨道。

“我们今年夏天的新款都已经上齐,夏装不会再出新款,不必再等了。”导购如实向顾客解释道,劝那些迟迟不出手、等待新款夏装的顾客不必再等了。

据了解,已经上柜的秋装,属于较轻薄的早秋服装,包括短袖T恤、衬衫、轻薄休闲裤、薄夹克、薄针织衫等,只不过和夏款相比,提前上市的秋装面料料要厚实些。待到八月,新款秋装才会大量上市。



家门口好取景

我家的消费故事

□朱君

质量问题。如果有什么疑问,可以找相关部门解决。要是真的是质量问题,我们一定会给予合理的赔偿。”

爸爸说:“人为因素是绝对不可能的,因为我在穿着时,并没有人为因素的损坏,是衣服本身的问题。虽然衣服只有几百元,但问题就不是几百元的事了,这关系到产品以及商家的信誉。”

在商场负责人的陪同下,我们来到了工商管理局,工作人员鉴定认为,导致衣服受损的并不是人为因素,衣服本身的质量也没有问题。衣服破损是一个意外,希望我们协商解决。

后来经过协商,商场负责人说:“我们愿意帮你们退掉,并在本商场选择等价商品,你们是否愿意接受此条件?”爸爸表示同意,选了一款等价衬衫,高高兴兴地离开了商场。

记者 袁灿 摄

空调清洗

记者 朱亚平

酷暑逼近,空调清洗消费市场火了起来,但是一些不良商家却趁机给消费者设下陷阱。从事空调清洗多年的专业技师周明敏提醒市民,清洗空调时需警惕清洗时间、清洗价格、清洗所使用的药剂三大相关消费陷阱。

陷阱一:清洗过程“走过场”

日前,家住岔路口的周女士想把家里的空调清洗一下,在小区门口墙上贴的小广告牌子上找到号称专业清洗公司的电话,拨通后,双方谈好了价格,负责清洗空调的工作人员就上了门。

将过滤网拿下来用水冲了冲,往空调里喷了些药水,十分钟不到,工作人员就说弄好了。“这样的清洗方式纯粹是走过场,他们清洗完了后,空调还是有异味。”周女士随后投诉到

了该清洗公司,公司表示已经按照程序进行了清洗。周女士表示,50块清洗费用太不值得了。

在城区某家电卖场从事多年空调清洁的周明敏师傅提醒,这样的清洗是走过场,对清洁空调没有实际意义,只有对内机、外机全拆卸清洗,才能起到除尘、杀菌的作用。

陷阱二:“抛出”廉价诱饵

60岁的金大妈想清洗家里的两台空调,打听了一下市场价格,发现有些清洗公司价格很便宜,“30块就能清洗一台空调,而且还是专业人士,很实惠。”

抱着试一试的心态,金大妈联系上了一家空调清洗公司。工作人员带着专业的清洗工具上了门,内机、外机全部拆卸下来,检查了一

下,便称空调的发动设备、排风设备等都出现了问题,需要换零件,而且由于空调使用年限过长,最好再加一下氟,保证其以后几年的正常运转。

“清洗了一遍,再加上换一个零件,加了一次氟,就费了我300多元。”金大妈直抱怨,“为何从最开始的30元一下子变成了300多元,这些钱到底花得值不值?”

周明敏说,有的商家摸清了部分市民只看重价格的心理,往往用20元、30元的低廉价格当诱饵。清洗过程中,却千方百计给空调找毛病,然后打着换零件、维修、加氟等借口“敲竹杠”。

陷阱三:使用劣质药剂

在清洗空调过程中,除了技师的专业外,

使用的清洗药水也很关键。有的人为了降低成本,常常会使用劣质的清洁药水。

“特别是一些具有腐蚀性的药剂,一旦喷进空调里,如果不用高压水枪冲洗干净,会对空调造成极大损害,这样的空调清洗得不偿失。”

记者随后联系了一家专业清洗空调公司,对方回答:该公司有不同价位的空调清洁服务,在清洗时间上并没有多大差别,不同价位主要体现在清洗剂上,专业清洗剂效果好,所以价格高。

周明敏建议,市民应选择专业的团队进行清洗。专业的团队使用环保清洗剂,按照标准流程操作,一台空调清洗30分钟完成,一台洗衣机清洗1小时左右完成。

学习岳阳楼

盘活门票经济

□苗向东

“予观夫巴陵胜状,在洞庭一湖。衔远山,吞长江……”年初,湖南岳阳楼景区开展“背《岳阳楼记》,领免费门票”活动。据报道,这项活动吸引了不少游客参加,景区门口排起了长队。

岳阳楼作为我国江南四大名楼之一,在人们的想象中洋溢着书香,文化气息浓厚。背诵古诗古文之类,不仅可以欣赏到文字的魅力,风景的秀美,更重要的是可以重新体味中国文化的博大精深,在增强我们文化自豪感的同时,也受到精神的熏陶,与景区游览相得益彰。

在登楼前背诵一遍《岳阳楼记》,仿佛重回古代,感受到岳阳楼的历史变迁以及古人忧国忧民的情怀,再登楼时感觉必然与众不同,耳目一新。背“记”免费行为,在旅游界刮起了一股文化清风,赢普遍叫好。

在“门票经济”盛行的中国旅游界,各个景点都在绞尽脑汁搞创意打品牌,办法层出不穷,活动标新立异,可绝大多数效果并不理想。旅游景区作为各地的名胜古迹,大多有着深厚的文化底蕴,文人骚客留下诸多诗词歌赋,欧阳修的一篇《醉翁亭记》让琅琊山名扬天下,苏州的寒山寺就因《枫桥夜泊》而传开的,杏花村则因《清明》一诗走向远方。为此,通过文化特性集聚人气,再借助人气把文化特性发散出去,才是王道。

其他的景区也可结合自己的传统和特色,组织一些好玩有趣的活动,各地大有潜力可挖。中国的山水名胜众多,且流传下来无数佳作绝句,江西南昌滕王阁有王勃的《滕王阁序》等千古名篇;背诵《离骚》免费游玩屈原故里;四川眉山的三苏祠景区不妨让游客背一背苏轼的《水调歌头·明月几时有》;武汉黄鹤楼景区不妨来一首“昔人已乘黄鹤去,此地空余黄鹤楼”。

总之,旅游要善打文化牌。诸如《岳阳楼记》这样的经典,是人们需要的文化滋养。游客旅游中感受文化遗产的独特魅力,在饱览风光之余,又能领略其中的文化,让旅游有了深度、沾染了文气,旅游的品质就得到提升,内涵也更加丰富。

文以景丽,景以文传,文气是景点之魂,我们也应借助于文化发展旅游,让景点更有深度广度和宽度。

咸安工商

成功调解异地消费纠纷

本报讯 记者朱亚平、通讯员冯伟报道:使用咸宁某品牌地板,多次出现质量问题,工商介入后,消费纠纷很快得到解决,并拿到了购物款和赔偿金。4日,四川内江市民温女士致信咸安工商,对迅速办结工作效率表示了感谢。

2010年10月,家住四川内江汉安大道的温女士为装修新家,购买了我市出产的某品牌木地板,2个月过后,出现了大面积的掉漆,脱层。温女士气愤之余,找到该品牌木地板在四川内江的经销商理论,经销商很快给予答复并重新更换了一批木地板。2012年8月,新安装的木地板再次出现质量问题,两个月后再次出现大面积掉漆,脱层。生气的温女士开始了漫长的维权之路。“厂家坚持说没质量问题,而实际使用中,却出现了问题。”温女士气恼不已。

今年6月底,温女士带着试试看的态度拨通了咸宁市12315消费投诉电话。随后,温女士接到了具体办理此案的咸安工商宝塔工商所副所长郭永仁的电话。了解具体情况后,郭永仁来到该品牌木地板生产厂家,调查、讲法、谈心、协商良久,该木地板公司的总经理答应解决,并迅速与四川内江的经销商打了电话。

6月4日下午,温女士见到了乘飞机赶到四川的相关负责人,拿到了14468元购物款和4000元赔偿金。

通山工商

为毒奶粉受害儿童维权

本报讯 通讯员张琦报道:2008年中国“三聚氰胺”毒奶粉事件发生至今已有5年,受害方的索赔之路曲折漫长。日前,在通山县工商局消保分局的协调帮助下,闯王镇结石宝宝李某成功获赠。

该分局自2008年起一直积极配合协助毒奶粉受害方维权,争取减轻、消除三鹿事件对受害者的创伤。

近日,分局接到投诉,2009年之后,家住通山县闯王镇的结石宝宝李某身体并未痊愈,结石后遗疾病反复发作。身在农村的李某一家,拿着当初相关奶粉生产企业对此情况的承诺书,跑了多个部门说明情况,但问题迟迟未得到解决。后经通山县工商局消保局的协调帮助,李某一家知晓了具体维权途径,成功联系到当初相关奶粉企业筹资建立的患儿医疗赔偿基金会。

在提供了医疗结果证明和病理情况说明等材料后,李某顺利获得基金会的赔偿金,拿到了22家相关奶粉生产企业一次性赔偿金2000元,并得到这些责任企业的许诺:在结束急性治疗后,18周岁之前出现后遗疾病的医疗费用,均可进行费用报销。



消费热线