国庆将至，省城婚庆市场迎来一年中最热的“捞金季”

酒店“一分为二”办婚宴，金牌司仪很难寻

今年是“双春闰月”，正是民间传统摆酒的好年头。眼下金九银十结婚旺季又至，婚庆市场迎来了一年中最热的“捞金季”。昨天，市场星报记者走访省城婚庆市场发现，不仅有的酒店早在今年初便着手准备，有的酒店还拆分大厅以便接待婚宴，一些婚庆公司更是忙着“招兵买马”，并推出多重优惠吸引准新人的目光。

记者 施超

省城酒店迎结婚旺季 婚宴场地不够分开用

市场星报记者在探访中发现，早在半年前，国庆期间的酒店婚宴基本上已预订一空，岁末年初婚宴也是“一桌难求”。位于合肥市繁华大道上的一家中高端酒店，仅国庆期间就有10多场婚宴。“因为预订人数过多，一些好日子的婚宴需求量大，我们将主宴会厅拆开分成两个大厅。”该酒店营销经理说，酒店分隔的宴会厅一大一小，加起来能够摆40桌左右。

与此同时，不少餐馆和酒店还通过折扣优惠来吸引婚宴客户。国庆期间，一些酒店推出各种优惠活动，在10月2日重阳节和10月4日预订婚宴，价格比其他好日子要优惠很多。除国庆假期外的工作日，市民现金消费可享7折到9折不同程度优惠，婚宴达到一定消费额度还可获得餐卡等赠礼。

国庆司仪成了香饽饽 一场婚礼收费千元以上

“从现在到国庆长假期间，司仪真不好找，好日子基本都被订光了。”市场星报记者从省城多家婚庆公司了解到，面对近期出现的结婚高峰，不少婚庆工作人员都忙得不可开交。其中，婚礼司仪成为婚庆公司的香饽饽，出场费用也水涨船高。

“司仪根据档次不同，每场价位从几百元至几千元不等，其中金牌司仪出场价在千元以上。”合肥典爱婚庆总经理蔡庆民说，国庆期间是结婚旺季，金牌司仪即便有钱也很难找得到。

“和以前不同，现在的新人渴望婚礼更加时尚，科技元素突出，追求稳重大气。”蔡庆民说，越来越多的高科技设备应用在婚礼当中，价格也确实不菲，“许多主流酒店都安装了LED固定屏，费用在2000元到5000元左右，装移动屏的话，费用更高。”

婚纱店招兵买马 急聘化妆、摄影助理

婚宴红火，司仪抢手，婚纱摄影店也没闲着。

“因拍摄量增多，高薪急聘高级化妆师、化妆助理和摄影助理。”这几天，在省城多家婚纱摄影店的橱窗上，招聘广告张贴了一大片。

淮河路步行街上的一家婚纱店店主告诉市场星报记者，要是现在预订婚纱写真拍摄，最快也要等到10月中旬才能轮得到。

这位店主说，从10月到年底是结婚旺季，婚纱店的生意一天比一天旺。尽管上个月已经新招了两组拍摄人员，到了周末仍然感到人员紧张，晚上店员基本上都要熬夜加班。

全球亿万富豪总人数达2325名

中国190人位列第二，美国571人排名第一

据中新社电 世界经济正在经历一个低潮，然而全球亿万富翁的人数却达到创纪录的历史最高水平。17日公布的一项最新调查显示，2014年全世界新增155名资产达亿万美元的富豪，总人数升到创纪录的2325名，比2013年上涨7%。

根据财富研究机构Wealth-X和瑞士联合银行(UBS)17日发布的“亿万富翁普查”结果显示，亿万富豪的平均形象应该是男性(男性在“亿万俱乐部”中占88%)，63岁，有两个孩子，身家达到31亿美元。他们中超过半数(54%)靠自己打拼致富，其余的要么是继承财产、要么是继承和自身努力结合。

亿万富翁的定义是净资产超出10亿美元。随着今年全球亿万富翁人数创下历史新高，他们的总资产也上升12%，达到7.3万亿美元，超过道琼斯工业股票平均价格指数所有公司的市场价值总和。报告显示，金融业、银行业、投资和房地产是富豪最集中的领域。

不断壮大的亿万富豪队伍中，美国今年增加最多为57人，占增长总人数的三分之一以上，中国新增33人。区域方面，欧洲超过北美是最多亿万富翁落户的地区，共有775人；但亚洲的亿万富翁总财富增幅最大，比去年多出18.7%。

将近九成男性亿万富豪都是已婚，6%离婚，3%单身，还有2%为鳏夫。在女性亿万富豪中，已婚者占65%，10%离婚，4%单身，21%丧偶。

截至2014年6月，美国仍然把持着全球亿万富豪最多的国家首位，有571人；中国和英国位列二、三位，分别是190名和130名。过去一年间，印度的亿万富翁人数减少了3%，以100名占据第六位。

报告还指出，亿万富翁们3%的财富是房地产，典型的亿万富豪都拥有四处房产，每个价值2350万美元。另有2%的财富与所谓的豪华资产联系在一起，包括游艇、飞机、艺术品和体育。

合肥房价连续4个月止涨

8月，新建商品住宅环比降了0.7%

星报讯(记者 董艳芬) 9月18日，国家统计局发布了《2014年8月份70个大中城市住宅销售价格变动情况》，数据显示，作为二三线城市代表的合肥，8月新房房价再次下降，其中，新建住宅价格环比下降了0.7%，这也是合肥房价连续4个月止涨了。

数据显示，与7月相比，全国70个城市当中，价格下降的城市有68个，持平的城市有1个，上涨的城市仅厦门一个。

8月份，合肥新建商品住宅环比下跌0.7%，这也是继5月份合肥房价环比涨幅为0之后，房价连续第4个月止涨(连续第3个月下跌)，值得注意的是，8月份，合肥房价跌幅比7月份收窄0.1个百分点。

此外，8月合肥二手房价格却呈现出微涨的态势。环比上涨了0.1%，同比上涨4.1%。

市场星报记者注意到，纳入统计的我省蚌埠市和安庆的新建商品住宅环比分别下降0.9%和1.1%。这是蚌埠市继2014年5月份以来的第4次下跌，安庆则是第5个月下跌。

上海黄金国际板昨日上线运行
老百姓将多一种投资渠道

省城金价低位迎国庆 消费者热情不高

星报讯(星级记者 张华玮) 国际黄金价格近日不断下跌，受此影响，省城合肥各家金店的千足金饰品售价也纷纷下调。市场星报记者走访省城三孝口、市府广场附近的金店发现，目前大多知名品牌的千足金饰品价格已经下探至308元/克左右。

合肥三孝口某商场黄金专柜的销售人员告诉市场星报记者，“最近金饰价格一再下调，9月5日的时候，千足金饰品的价格还在320元/克以上呢，现在只有308元/克，而且十一一到，肯定还有优惠活动。”

宿州路一金店工作人员介绍，黄金价格自从去年跌下来后，就从未真正涨起来过，消费者的投资热情慢慢变淡。“现在消费者购买黄金一般都是刚性需求，投资金条类，基本无人问津。”该工作人员表示。

对于刚刚过去的中秋节，多名金店销售人员均表示，今年的黄金饰品销售与往年同期相比，有所下降。

昨晚，上海黄金国际板正式上线运行，对此业内人士纷纷叫好。长江证券的周一表示：“社会的资金总要找到投资渠道，投资渠道要多元化，如果形成了新的投资市场，对老百姓来说也是新的投资渠道。”

2000-2014 14周年庆

“春华秋实14载”合家福司庆系列宣传报道之二：

安徽首个服务品牌注册商标诞生

——阿福服务队谱写合家福新发展

徽商典范、魅力阿福，追求顾客满意、实践亲情服务，树企业“社区好邻居，生活好伙伴”亲民形象，成为省内唯一独有服务品牌商标，领风骚，树一帜，奋力创新前进，塑商业新标杆，成就徽商新楷模。

十年蝶变，因客面世，服务精彩生活

2010年，经过十年发展的合家福已成为安徽省内规模最大的综合性连锁超市，但是在消费者心中合家福形象与其他超市没有特别之处，从而导致品牌资产流失。为此，合家福开展品牌形象建设，从服务方面着手，以十周年司庆为契机，进行新形象的宣传与推广——“10岁了，我能做的更多”。如何更好传递，需要一个形象载体，让消费者可以更好地感知、体验，让宣传推广有更好的聚焦点，至此憨态可掬的阿福形象便应运而生。阿福除传递合家福在商品服务之外，还将会做得更多。作为您社区中好邻居，生活中的小帮手，将全心全意服务你的生活，让您感受到合家福服务的省心、真心、贴心，从而赢得喜爱、好评，树立亲民形象。一年后的2011年8月18日，合家福“创服务品牌、树企业形象”活动启程了宣告“阿福”服务队的成立，标志着“阿福”服务品牌开始运作，合家福品牌形象建设、服务消费者理念进入新里程。

百轲争流千帆竞，方兴未艾正红火，誉满江淮冠第一

2011年开展“创服务品牌、树企业形象”活动并建立阿福服务队来提高自身服务水平，树立合家福“社区好邻居、生活好伙伴”亲民形象。多举措开展探索、创新活动，形成“阿福”服务品牌体系。在体系指引下，如今全省的150家合家福网点都建立了阿福服务队，一个红色的服务队伍，一个流动的亲民、爱民服务站，开展“四送二进”活动、爱心公益活动，服务社会、服务广大消费者，受到社会各界人士青睐。多项荣誉集一身，省文明委“感动江淮志愿服务”优秀典型、2012年度合肥市志愿服务先进集体……被省市主流媒体追逐报道，引起较大反响。2014年1月，国家工商管理总局正式核准“阿福”商标注册申请，颁发证书。四年努力，“阿福”誉满江淮涅槃，成为行业中为数不多的服务品牌商标，省内首个服务品牌商标。誉满江淮冠第一，正当时，服务消费者、服务社会，引领行业，推动服务水平走在全省同行业的先进行列。

爱洒公益行，共圆中国梦，阿福爱民爱在博爱

阿福，献爱心、关爱弱势群体，关爱社会，并不是一句口号，而是实实在在的行动，更是结合当下、自身，弘扬时代精神，博爱关怀社会，积极践行公益事业，创造更多的社会价值，温暖、感恩回馈社会。慈善公益心中有，爱心永恒始向前，十四年来，积极践行慈善爱心事业，年年向慈善事业捐款捐物，向合肥市儿童福利院捐献爱心物资，温暖童心。发扬雷锋精神，践行公益勇当时代先锋，阿福服务队与南园社区百岁高龄老人结成帮扶对子，帮助其解决生活困难，送商品，拉家常，打扫卫生，帮过生日，老人晚年很舒心度过。公益结合当下，让爱心更具时代意义，响应号召，开展岗村共建活动，走进舒城县韦洼村小学，为留守儿童们送去爱心物资，温暖童心，关爱茁壮成长；公益结合自身，让爱心走进农户。积极开始农超对接，解决农户生产后顾之忧，让其有信心拓展经营。致力公益事业，感恩回馈社会，阿福爱民爱在博爱永恒始向前，谱写爱民新诗章。

风雨无阻，温馨至诚，亲民亲在服务无微不至

“我们合肥市中心血站长期以来与合家福保持合作，我单位所需的各种物品都采购于此，在合家福采购全程一条龙服务，阿福队员对我们有求必答，风雨无阻，使命必达，充分地服务客户，赢得客户，你们的信念、服务理念及行动征服了我们。今后的合作我们依然选择合家福，因我们信赖阿福服务队、信赖合家福。真诚地愿合家福阿福服务队将亲民服务理念传播到千家万户。”这是顾客对阿福风雨无阻，温馨至诚、无微不至的亲民服务肯定，也是激励阿福永恒始向前的动力。积极主动联系社区周边单位，为客户送货上门，酷暑烈日炎炎，寒冬白雪皑皑，从不间断；积极主动地为附近特殊群体送货上门，专人负责，第一时间解决；对顾客的各类投诉积极寻求最佳解决方法，让顾客满意而归。为大宗团购客户提供一对一服务；开展“四送二进”活动，追求实现“合家福开到哪里，阿福服务到哪里”的目标，树立亲民、爱民社区好邻居形象。