

旧款羽绒服 派上新用场

天气转冷，羽绒服销售迎来旺季。买了新款羽绒服，前些年积攒的旧款如何处理成了难题。连日来，一种翻新羽绒服的服务受到不少市民欢迎：薄款羽绒服可以充绒加厚，几件旧羽绒服还能改成一床羽绒被。花费不高就能让“压箱底”的旧衣物“改头换面”，重新派上用场。

1 薄款变厚款

“当初买这些衣服花了几千元，与其放在衣柜里落灰，不如改一改大小和款式。”市民周璇自嘲道：“管不住嘴、迈不开腿，3年胖了12斤，很多衣服都穿不下了。”普通衣服倒无所谓，唯独几件价格不菲的羽绒服让她舍不得扔，一直很纠结。

经朋友介绍，她带着旧衣来到府东街的一家裁缝店，请店主将旧羽绒服中的羽绒填充到新买的外套里。几天后取回，原本轻薄的羽绒服变成了厚实款，穿

上身十分暖和。她笑着说：“只花了380元加工费，就得到一件堪比千元品质的厚羽绒服，性价比真不错。”

市民李萱则选择在网上寻找翻新服务。她有两件羽绒服，穿着略薄，羽绒也不够蓬松了。寄给商家后，每件都加充了100克羽绒，一周后收到成品，比原先厚实不少。运费、手工费和羽绒费加起来不到500元，比商场里购买同品牌厚款羽绒服便宜近一半。

2 改成羽绒被

“这床被子是你自己做的？真不错！我家里也有几件旧衣服，有空教教我怎么做。”10月30日，家住公元九里小区的王宁在楼下晾晒一床自制的羽绒被，引来邻居围观。

将旧衣改被子的点子，来自西中环西社区网格员陈建娥。此前，王宁向网格员咨询家中大人小孩多件闲置羽绒服该如何处理，网格员便建议她尝试改造成为羽绒被。

王宁上网搜索到相关教程，随后网购了合适尺寸的羽绒被壳，取出四件旧羽绒服中的羽绒，清洗晾晒后，均匀填充进被壳。整个过程并不复杂，却让她颇有成就感。

目前，不少裁缝店或专业翻新店铺也提供改被服务，收费在250元到300元不等。王宁笑着说：“没想到旧衣服还能这么利用。比起商场里动辄几千元的羽绒被，这样实在太划算了。”



居民晾晒用旧羽绒服改制的羽绒被

3 订单真不少

“忙不过来，暂时不接新订单了。”邮电后街的一家裁缝店里，衣架上挂着十余件等待翻新的羽绒服。店主郭先生表示，从10月中旬起，就陆续有顾客拿着旧羽绒服前来，多数要求充绒加厚，也有人希望将几件旧衣拆开，合并改造成羽绒被。为保证效果，取出的旧羽绒需经过蓬松处理，这一步骤较为耗时。

在社交平台上，“羽绒服翻新”近期成为热门话题，不少网友分享翻新步骤、展示成品。淘宝、京东等电商平台也涌现出许多销售“羽绒服外壳”的店铺。消费者可先购

买无填充的时尚外套，再另行找店充绒。这种方式不仅比直接购买品牌羽绒服价格更低，还能自主把控羽绒品质，避免以次充好。

随着冬季来临，这种新兴消费方式受到不少年轻人追捧，成为他们追求个性与性价比的时尚表达。业内人士提醒，选择翻新服务时，从旧衣中取出的羽绒最好由本人保管，并现场监督装绒、封口过程，防止偷绒、换绒或充绒不足。若选择线上服务，可要求商家提供充绒过程视频，以保障权益。

记者 李涛 文/摄

寒潮催热暖消费 智慧产品受青睐

深秋寒潮至，街头寒意渐浓。记者走访市场发现，家电商城、餐饮门店、生活用品卖场里，取暖电器、火锅消费、御寒衣物三大领域销售趋热，商家们积极备货迎客，市场涌动着一阵阵“热乎劲儿”，而兼具科技感与功能性的产品成为消费者的“钟情款”。

“这款空调能连接手机 WiFi，下班前远程开机，到家就暖和了。”10月19日，亲贤街某大型电器商城内，导购员一边向顾客演示操作，一边介绍。记者看到，卖场内电暖器、制暖空调等产品被摆放在显眼位置，不少消费者在选购时除了关注制热功能外，对科技赋能的产品青睐有加。“老人怕冷，特意选了这款带加湿功能的，这样取暖不燥。”市民王女士对挑好的电暖器表示满意。该电器商城工

作人员告诉记者，进入10月下旬，消费者对取暖电器的关注度迅速高起来，而带 WiFi 控制、加湿、空气净化功能的产品最受欢迎。但需要提醒消费者，选购取暖电器时需重点查看3C 认证标识，确认产品功率与家中电路匹配，务必通过正规渠道购买，避免使用隐患。

中午时分，水西门街上某特色火锅店内座无虚席。餐桌上，红油锅底咕噜翻滚，现切牛肚、鲜鸭血在热汤中上下浮动，升腾的热气，让人瞬间感到暖意融融。“天一冷就想吃火锅，一群人围坐一起，暖身又热闹。”刚下单的市民乔女士说。服务员穿梭于各个餐桌间，步履匆匆，坦言最近中午和晚上都是高峰，翻台率比上个月高了近两倍。

都司街的一家火锅食材专卖店内，冰柜里的肥牛卷、虾滑、菌菇拼盘码得满满当当，货架上的火锅底料、蘸料种类齐全。“这两天到店顾客明显多了起来，食材买回家就能下锅，人们在家也能吃出地道火锅味。”该店店员指着新鲜的手打牛筋丸说。

气温骤降，同样催热了御寒商品，在市内一家生活用品大卖场内，加绒卫衣、保暖内衣、棉鞋棉袜近期成了“香饽饽”，引得不少消费者选购。某品牌保暖内衣店主介绍，今年的保暖服装用料更讲究，比如，由羊绒、羊毛、莫代尔、氨纶等材料按合理配比织成的新型混纺面料，制成的保暖内衣既暖和又亲肤，还耐洗耐磨，成为今年秋冬季节的热销款。

记者 李晓琳

家长街头扫码招来推销电话

本报讯(记者 李涛)家长接孩子途中，在街头遇到“扫码送文具”的地推活动。虽然当场领到了文具，但随后几天却频繁接到培训机构推销课程的电话。11月1日，一位家长前往社区反映此事，希望提醒他人谨慎扫码。

10月28日中午，西兴苑小区居民张女士去学校接孩子，走到兴华西街时，遇到几个人正在进行街头推广，声称只要扫码填写基本信息，就能免费领取文具。她按照要求操作，留下了个人电话及孩子就读小学六年级等信息。

没想到，从当天下午开始，她每隔几小时就会接到陌生来电，对方一律是推销兴趣课程的培训机构。起初，她以为只是培训机构随机拨打的推销电话。但很快发现，对方竟能准确说出孩子的姓名、学校、年级等详细信息。她这才意识到，是扫码时填写的信息被泄露并“共享”了。

随后的几天里，情况仍未停止。张女士在4天内共接到11个培训机构打来的推销电话。不堪其扰的她，只好将手机设置为拒接一切陌生来电，这才得以清静。事后，她将经历告知晋机西社区网格员倪慧军，希望提醒其他邻居注意。

了解情况后，网格员在居民群和小区公告栏发布了“温馨提示”，提醒大家遇到此类“扫码领礼品”活动时务必提高警惕，谨慎参与，避免个人信息泄露。

“7天无理由退货”从签收次日算起

本报讯(记者 李涛)正值“双11”促销，居民网购了商品，收到货后觉得不满意要退货，可商家表示从售出之日起算，该商品已超出“7天无理由退货”的时限。11月1日，社区工作人员请教律师得知商家在偷换概念，“7天”应从签收次日算起，后经交涉顺利退货。

家住安宁街89号院的杜大娘网购了一套冬装，收到试穿后觉得不好看，便申请了“7天无理由退货”。然而，商家回复称，从售出之日起，已超

过时限。老人感到奇怪，自己收到货才3天，怎么就“过期”了。

接到杜大娘的求助后，玉园南社区工作人员咨询了山西华祝律师事务所的李晓宇律师。律师表示，网购时，“七天无理由退货”是消费者非常重要的权利之一，这来源于《消费者权益保护法》的规定。其中明确，“7天”期限自消费者签收商品的次日开始起算。如果期限的最后一天是法定休假日，以休假日的次日为最后一天。

消费者有权自收到商品之日起七日内退货，且无需说明理由，但有些商品除外，比如消费者定做的、鲜活易腐的、在线下载或者消费者拆封的音像制品、计算机软件等数字化商品。

有了依据，社区工作人员与商家沟通，对方没再辩解，通过了退货申请。律师建议，消费者在网购时应仔细了解商品是否适用“7天无理由退货”，并保留好签收凭证，以便在退货时维护自身合法权益。