

“2019年度消费领域读者信赖企业(品牌)”调查评选活动
本周进入投票环节

□本报记者 王 培

哪些是消费者信赖的企业和品牌商家呢?近日,漯河市“2019年度读者信赖企业(品牌)”调查评选活动启动,获得了广大企业、品牌商家和读者的关注,大家积极参与。本周,活动将进入投票环节。

据了解,此次活动面向全市商超、珠宝、服装、时尚、餐饮、酒水、家电、家居、房产、汽车等商业消费领域的各行业优秀企业和品牌开展,通过征集筛选、网络票选、系列报道、权威确认等形式过程,评选出“2019年度消费领域读者信赖企业(品

牌)”,真实、全面、深刻地反映消费者在过去一年里对我市商业消费领域各企业、品牌的消费满意度,更好地维护广大消费者的权益,推动漯河消费领域信用体系建设。

自活动启动以来,不少企业和品牌商家踊跃报名,纷纷参与到活动中来。“俗话说‘金杯银杯,不如好口碑’,商品和服务的好坏,消费者最有发言权。消费者的信赖是品牌立身之本,商家只有做好产品和服务,诚信经营,才能得到消费者的认可,品牌才能走得更远。”我市一家品牌服装店负责人张先生表示。

同时,活动还受到广大读者

的关注,一些人打来电话咨询活动的具体事宜。据了解,倍受消费者关注的投票环节将于本周进行。漯河日报社将同步在全媒体平台公开进行报纸和网络票选,消费者可通过漯河日报微信公众号、漯河小城生活微信公众号进行网络投票,或在《漯河日报》、《漯河晚报》进行报纸投票。此次,主办方还将设立有奖投票,抽取幸运投票消费者,赠送奖品。

活动组委会一位负责人表示,此次活动旨在评选、点赞好口碑,传递正能量,希望广大读者积极参与投票活动,共同倡树良好的市场秩序。

商业论坛

应对疫情,“宅经济”更火了

办公在“云端”、买蔬菜瓜果用手机下单……新冠肺炎疫情发生以来,大多数“宅”在家里,给餐饮、旅游等行业造成一定冲击,但与此同时,网络购物、餐饮外卖、生鲜配送、远程办公等“线上经济”或“宅经济”更火爆了,众多公司抢滩线上市场。

网上“抢菜” “云端”办公

前些天,离北京市民张女士家100多米的一家大型生活馆重新开业,里面蔬菜、瓜果、肉类、调料等生活用品一应俱全,但张女士还是选择“宅”在家里,需要的生活用品、生鲜都通过网络平台下单。

“主要是害怕人员聚集造成感染,另外网络平台也很方便。”张女士说,从事生鲜配送的网络平台不少,但价格适中、服务品质好的不多。“评价较好的网络平台卖菜时间不一样,为了‘抢菜’还要定好闹钟。”

记者近日在北京市一家大型超市看到,和以往店里热闹的气氛不同,如今寄存柜台反倒一片忙碌:超市工作人员根据网上订单将商品装好打包,不时有电商平台的配送员前来取货。

在位于北京市朝阳区朝阳路的盒马鲜生十里堡店,一袋袋菜品被整齐码放在一起,数十名配送员迅速将其放入配送箱,送往下单客户的小区门口。

居家防疫期间,“万物皆可网购”已经成为趋势。除生鲜类产品大幅增长外,宠物生活、游戏设备和健身训练类的商品品类也颇受人们追捧。手游、直播、网购等以手机为基础的行业出现增长,新零售行业出现新的变化。此外,人工智能、虚拟现实、大数据、云计算、物联网等新一代信息技术有效运用于电子商务,促进网络3D购物、实体店自助结算、无人超市24小时营业等,能够更好满足人们的个

性化消费需求。

随着全国各地复工,“云办公”“云会议”成为新时尚。“现在我都习惯在家办公了。”每天上午9时,在北京一家企业上班的王俊都会通过在线办公软件“钉钉”阅读同事共享的文档。遇到需要讨论的问题,他们还发起会议直播。

为支持企业复工复产,上海市经济和信息化委员会专门发布通知,支持电信运营企业为中小企业免费提供6个月以上云视频会议等云上办公服务,鼓励信息系统解决方案提供商为企业提供集成式信息化解决方案,并支持培育电子商务、线上咨询、无人配送、大健康等新业态新模式。

“‘宅经济’是疫情冲击下的产物。”大成基金副总经理兼首席经济学家姚余栋认为,在“宅经济”火爆的同时,更应该关注疫情对相关行业带来的长期影响,比如新的商业模式和消费习惯的改变。

后续运营能力是关键

2003年SARS防疫期间,阿里、京东等电子商务成长壮大,并逐渐成为人们生活的一部分。在此次新冠肺炎疫情冲击下,人

们的“宅生活”培养和强化了“宅经济”的消费习惯,生鲜配送等“宅经济”或将迎来新的“风口”。

各级政府部门、行业组织近期陆续出台针对性的扶持政策。科技部火炬中心2月6日出台的10项“暖企”措施中提出,鼓励相关部门对科技型中小企业适当减免办公承租、实验、科研和生产用房的租金。成都新经济企业俱乐部日前发布首批《成都新经济企业疫情防控能力清单》,遴选了居家休闲、居家娱乐、居家办公、居家学习等一批适用于抗击疫情背景下各类场景的产品和服务。

然而,疫情结束后,“宅经济”如何避免“昙花一现”?需要解决的问题很多。

比如,一些顾客在体验网上买菜后表示,很多平台目前存在界面设计不符合顾客购买习惯、配送商品和下单菜品不符、质量不佳等问题。

业内人士认为,当前生鲜配送的火爆,跟防疫期间很多餐饮店暂停门店运营有关。疫情结束后,生鲜电商如何留住用户、增加“黏性”,能否真正拥抱行业的“春天”,考验着平台后续的运营能力。

据人民网

服务资讯

两部门明确增值税优惠政策

记者2月29日从财政部了解到,财政部、国家税务总局日前联合发布公告,明确增值税优惠政策,支持广大个体工商户在做好新冠肺炎疫情防控同时加快复工复产。

公告称,自2020年3月1日至5月31日,对湖北省增值税小规模纳税人,适用3%征收率的应税销售收

入,免征增值税;适用3%预征率的预缴增值税项目,暂停预缴增值税。除湖北省外,其他省、自治区、直辖市的增值税小规模纳税人,适用3%征收率的应税销售收入,减按1%征收率征收增值税;适用3%预征率的预缴增值税项目,减按1%预征率预缴增值税。

据新华社

我国口罩日产能超7000万只

我国采取有力措施,全力以赴做好口罩保供工作,优先保障口罩企业用工、资金、物流以及设备、关键原辅料供应等需求,支持企业通过技术改造加快扩能增产,引导企业在切实做好自身防疫、确保安全生产和产品质量的前提下,开足马力满负荷生产。

据调度显示,继2月24日我国医用N95口罩日产能

突破100万只后,2月25日,我国医用口罩日产能达到3212万只,日产量达到3028万只;包括普通口罩、医用口罩、医用N95口罩在内,全国口罩日产能达到7285万只,日产量达到7619万只,分别是2月1日的3.4倍、7.8倍,口罩产能利用率达到105%,初步缓解了口罩供需矛盾。

据《人民日报》

消费宝典

线上网购 移动支付
非接触式消费受青睐

社区业委会在门口设立蔬菜(净菜)售卖车,销售企业为菜篮子工程合作企业,并能提供防疫证明,仅支持微信及支付宝扫码支付。每次只能一人上车,前一位结完账后,后一位方可上车……日前,上海某小区推出了非接触式买菜服务。

受新冠肺炎疫情影响,越来越多消费者主动或被动地选择了非接触式消费。人们的消费行为和模式正在逐渐发生变化。安全消费、健康消费、非接触式消费、简单迅速式消费等显著增长。

安全消费既包括实物商品或服务本身的安全,也包括消费过程或消费方式的安全。比如,线上消费会更加普及。在线下实体店,消费者会更关注购物环境,包括是否通风、是否消毒,人流量是否过于密集等,以避免消费带来的安全隐患。

在此背景下,许多消费者会更加倾向人机自助式消费,而不是人际接触式消费,非接触式消费将快速增长。

这会进一步促进人工智能技术、远程商业模式的发展。

简单迅速式消费会更受青睐。不少消费者将不再把结伴逛街购物、长时间在实体店体验作为乐趣和娱乐,而是更青睐简单决策、直截了当、速战速决的消费方式,实体店购物的时间和过程可能大幅缩短。因此,提供更精准产品或服务的商家或许会更有竞争优势。

此外,人际接触式的共享消费可能受到挑战。例如,出于对传染的担忧,共享出行、共享办公等接触式共享消费相应地会受到影响。共享经济的“下半场”除需要更多地注重并提高“接触式共享”的安全性、健康性外,还需要更多关注并推进“非接触式共享”。共享消费模式也会产生新的变化。未来,相关企业要更精准地预见并应对新冠肺炎疫情对消费行为模式的长期深远影响,方能更有效地创造机遇、赢得市场。

据《人民日报》

消费曝光台

本栏目接受消费者投诉,对典型案例和不良品牌商家进行曝光,针砭行业发展中的弊端,维护消费者合法权益。

电话:3117156

15839581290



请扫码关注沙澧商圈
微信公众号。