

杭州丝绸旗袍展销会开启

本报讯（记者 凌仕东）9月20日，杭州丝绸旗袍厂家大型展销会活动在漯河金凤凰大酒店正式开始，活动持续到10月8日，数千款时尚旗袍，为喜爱旗袍的市民朋友带来一场购物盛宴。

据介绍，本次展销活动是厂家直销，价格实惠。商品包括丝绸旗袍、真丝连衣裙、真丝短袖、真丝睡衣，以及男士桑蚕丝等系列，均为2020年新款。展销会期间，市民只需现场扫码转发朋友圈和好友，即可免费领取真丝围巾一条，或高档折叠伞一把。

杭州素有“丝绸之府”之称，在汉族传统丝织业中占据重要地位。距今4700年的良渚出土丝织物就已揭示了杭州丝绸的历史之久。唐代大诗人白居易“红袖织绡夸柿蒂，青旗

沽酒趁梨花”的诗句就道出了当时杭州丝绸的水准之高。旧时清河坊鳞次栉比的绸庄更见证了丝绸经济的繁荣。

本次展销活动，省去中间环节，从工厂直接到消费者手中，让市民真正享受到放心、实惠、时尚的高品质丝绸。这是一场旗袍的盛会，您如果还没有一件像样的旗袍，不妨去现场看看！

消费观察

团购电商再次走热

在疫情期间，社区团购平台GMV（网站的成交金额）和渗透率突飞猛进。在巨头相继加码下，社区团购又一次迎来热潮。但随着竞争加剧，资金和供应链能力双双不足的玩家们都已出局。

社区团购市场发展迅猛

买菜这件事，对你来说可能只是个小事，但在互联网大佬的眼里，这是一个必须占住的领地，尤其是在今年。

据悉，如今的社区团购平台普遍可以分为三类：实体零售企业转型、互联网玩家入场和独立创业。

据艾媒咨询发布的《2020上半年中国社区团购行业专题研究报告》指出，在疫情的刺激下，2020年社区团购市场发展迅猛，市场规模预计将达



720亿元。

艾媒咨询分析师认为，社区团购市场持续下沉，同时凭借便利的触达服务，实现用户的高度教育。预计中国社区团购市场未来保持良好增长态势，到2022年中国社区团购市场规模有望达到千亿级别。

天眼查专业版数据显示，据不完全统计，目前我国大陆地区有近200家涉及社区团购、社区生鲜相关业务的企业。

溃败之后社区团购再次火热

2018年，资本盯上社区团

购这块肥肉，市场一片火热。2019年，社区团购一夜入冬，收缩、裁员、倒闭、合并，大大小小的团购项目批量死亡，行业唱衰之声四起。

如今，融资消息不断，巨头频繁布局，社区团购的赛道再次火热。据天眼查专业版数据不完全统计，今年我国社区团购和生鲜电商领域已累计发生十余次融资，金额达百亿元人民币。

业内人士认为，社区团购看似门槛低，拉几个微信群就能开展业务，但随着竞争加剧，供应链成为新的竞争重点，资金和供应链能力双双不足的玩家悉数出局。生鲜质量不稳定则成为社区团购和生鲜电商的一颗“雷”，消费者偶尔还会因一些原因无法按时收到菜。巨头加持的社区团购最终能否颠覆生鲜玩法，目前还是未知数。 据《华商报》

消费提醒

VIP会员共享平台屡被起诉 “免费午餐”灰色生意亟待整治

近日，优酷起诉共享VIP平台咪啍索赔190万元，引发舆论热议。无独有偶，此前“马上玩”APP也曾因对爱奇艺VIP账号进行分时出租，被判向爱奇艺支付经济损失及合理开支300万元。

记者调查发现，这些平台提供看似诱人的“免费午餐”背后，实际上从事着出租、倒卖视频VIP体验卡及会员账号等涉嫌不正当竞争的灰色生意。而想要借机“薅羊毛”的消费者，在使用的同时，也面临多重安全隐患。

“免费午餐”实为卖号生意

共享视频VIP会员并不是个新鲜事。打开网页，输入“视频VIP会员共享”，即可看到不少论坛贴出大量涉及优酷、爱奇艺、腾讯、芒果TV、乐视等平台的视频VIP会员共享信息。

“优酷7天激活码5.9元，腾讯7天激活码6.9元，爱奇艺一个月激活码14.9元，还有芒果、迅雷、搜狐、百度网盘超

级会员等账号出租。”通过二维码，名为“绛香”的一位客服对记者直接给出上述报价。

记者走访发现，不少年轻人对这类视频VIP会员共享或短租服务有着较强的需求。

租售账号涉嫌不正当竞争

恶意对视频网站打折会员“薅羊毛”，甚至拉走视频网站的潜在会员客户，这让视频网站坐不住了。近日，优酷公司以不正当竞争纠纷为由将咪啍视频的运营商诉至法院，要求立即停止不正当竞争行为、赔偿经济损失及合理支出190万元。

优酷方面表示，公司调查后发现，咪啍视频用户在上传各大视频平台VIP会员账号或完成其他限定任务之后，可凭借兑换后的优酷VIP权益卡在咪啍视频APP内观看优酷VIP片源。咪啍视频所谓的“共享VIP模式”扩大其平台流量及热度，破坏了优酷平台的会员管理制度，严重损害了优酷公司的合法商业权益和竞争利益，扰乱了行业正常的市场竞

争秩序，构成不正当竞争。

灰色生意构成违约风险

有关安全专家表示，加上视频网站很难追踪账号背后的实际消费者，使得其监管难度明显大于对违规APP的监管。

这种擦边生意模式也给消费者埋下了多重隐患。

“绛香”告诉记者，为了业务交易更方便，也方便客户二次购买，业内卖家都喜欢用微信、QQ等方式转账和沟通。但这也意味着，一旦卖家突然停止提供会员共享服务甚至以提供免费账号为名，但并不真提供账号，消费者很难追回充值损失。

“共享VIP账号的商业模式既让视频平台的正常商业利润被不正当攫取，也让视频会员违反不得与他人分享、转卖账号等具体约定，构成违约等风险。”北京市中闻律师事务所合伙人赵虎表示。这种以牺牲视频网站及消费者双方利益为代价的模式，亟待监管部门重拳整治。 据《北京日报》

图片新闻



9月19日，位于泰山路与辽河路交叉口的发大夫养发漯河店盛大开业，将为市民解决白发、脱发烦恼。

本报记者 范子恒 摄

行业聚焦

彩电不好卖 厂商急转型



智能电视行业的竞争一直没有停止。今年一季度疫情期间，彩电作为大型家电遭受巨大影响，市场规模丢失近三成。随着二季度市场回暖，彩电零售规模同比增长，但今年上半年，彩电业依然呈现下滑趋势。

面对硬件市场低迷，无论传统彩电企业还是互联网电视企业，逐步将目光放到系统生态打造，透过多屏联动的生态系统，抢占市场，进一步获得利润。

多家电视巨头披露的上半年财报，证明了市场下行对它们产生了业绩压力。彩电业人士表示，电视这一硬件在近年呈现萎缩，因此无论是传统彩电企业，还是互联网电视厂商、智能屏厂商，都努力开辟

新的业务，甚至传统电视以外的屏幕，并达到多屏互动。

从单纯做硬件，到打造软件生态，近年已成为国内众多智能厂商的共识，不仅是智能手机厂商，家电企业亦朝着这方面发展。卖硬件只是开端，背后的软件生态以及内容、应用付费才是最终目的。

“智能电视下半场竞争的核心是IoT（物联网），即智能互联生态。软硬结合，实现1+1>2的效果。”彩电行业资深人士告诉记者。

于消费者而言，智能电视+IoT，看重的始终是好用户体验。机构数据显示，截至2019年，智能电视市场上能够联动其他家庭设备的比例仅29%，支持语音助手的比例仅为45%。目前，智能电视的发展处于连接交互智能化阶段，在家庭设备连接和交互方式拓展上仍有较大发展空间。IDC中国研究经理潘雪菲表示，智能电视要寻求“破局”，需要在传统拉力上进行结构化调整，提升运营效率。

据《广州日报》

好物推荐

透明多层可拆洗食品罩



饭菜、水果等食物一时没有吃完，摆放在桌上、厨房台

面上东一盘、西一碗，再找多个盖子盖上，既折腾，又占地，还不能完全防范灰尘、虫子，这是很多家庭日常遇到的问题。

现在，网上售卖有多功能透明多层可拆洗食品罩，该商品透明盒身一目了然，可以用来放饭菜，也能放水果、蔬菜，多层叠放节省更多空间，防蚊虫、灰尘，也让桌面变得整洁、美观。该商品有多种组合，从2层到6层，有的搭配有盘碟、保温盖等，售价从15元到80多元不等。

据《遵义晚报》