

工业和信息化部直属的中国电子信息产业发展研究院近日发布《2013上半年家电网购分析报告》。报告显示,2013年上半年,我国B2C家电(含手机、平板电脑)网购市场规模已达530亿元,其中手机产品占比近六成,市场规模达300亿元,平板电视、冰箱、洗衣机、空调等四大家电产品约占25.8%,达到137亿元。

工业和信息化部运行监测协调局副局长高素梅介绍,2013年上半年电子商务累计交易额4.9万亿元,其中网购市场交易额达到8859亿元。

《报告》指出,家电网购消费中低价驱动和从众现象明显,吸引消费者进行家电网购的主要原因包括网购产品价格便宜、网购平台比价方便、促销力度大、

产品有吸引力、用户评价一目了然以及退换货方便。消费者对网购家电关注度最高的依次是产品价格、质量、用户评价、送货速度。从地域看,华北、华东和华南地区是家电网购比例较高的地区,受制于物流配送的局限,家电网购的消费者主要集中在大中城市。

迎旭

商场消费 刷卡如何避开“雷区”

本报记者 武姣

预付卡:谨慎选择 理性消费

预付卡是一种消费方式,主要指经营者向不特定的消费者发售预付消费卡,如美容卡、保健卡、健身卡等,以后分若干次提供商品或服务。一般情况下,使用预付卡可以在接受服务时享受比单项付费优惠的价格。

业内人士认为,由于预付消费卡的周期较长,涉及金额较大,极易造成消费者权益受到侵害,从而产生纠纷。而对于商家来说,预付卡消费却是百利而无一害,消费者在办理预付卡后,便会在一定时间内成为该店的稳定客源。

“会员卡里剩70元,消费130元,本想刷卡后再补60元现金,却被‘要求’必须再往会员卡里充钱才行,这不是‘捆绑消费’吗?”在郑州某商场购物的小张十分无奈地说。

像小张这样的遭遇实则很普遍,究其原因还是在了解预付式消费卡的前提下盲目办理。对此,专家建议,在选择商家接受服务时,应仔细考察经营者的市场信誉和经营状况,保持理智,不要一味轻信广告促销,在确定需求时,要签订书面合同。通过订立合同,明确预付消费会员卡(券)等凭证的功能、规则、优惠、退款条件、使用范围、期限以及经营者承诺等。

同时,要避免过度充值,并要经常查看卡内余额,还要保存消费凭证,一旦发生纠纷,向工商或者消费者协会等部门投诉,以维护合法权益。

会员卡:积分兑换 注意期限

记者了解到,郑州大部分商场均有会员制营销,通过消费累计积分,到一定额度即可兑换礼品或抵用券,一些商场将积分统一清零的周期基本定为一年或两年。

然而,消费者普遍表示,在商场或某专柜办理会员卡,门槛高、积分慢,可兑换的礼品“不值钱”,有时稍不注意积分就清零了。“通常会员卡快到都会短信通知顾客,并打出宣传广告。”郑州新世界百货相关负责人告诉记者。

如有消费者错失机会,是否算商家的责任呢?有分析人士认为,事实上,不能笼统地把“积分清零”定位为商家违规和霸王条款。积分清零是否违规,关键在于商场是否事先履行告知义务。如果商场在消费者办理会员卡时,已告知顾客相关条款或在会员卡上已经写明,就不合理之处;反之,则有违约之嫌。

不过,专家建议商家可在积分卡上也详细标注出使用期限等直接关系消费者权益的信息。对于消费者来讲,在办卡之前应仔细阅读“办卡须知”,以免影响使用及优惠政策取消,同时还要注意保护隐私,考虑是否接受未来商场业务的频繁推销。

购物卡:选对渠道 防被“克隆”

如果新买一张购物卡,消费时却被告知余额为零,那么这张卡可能被“克隆”了。

近年来,购物卡诈骗案不在少数,由于市面上大多数购物卡制卡技术相对简单,没有防伪标识,很容易被复制,而一些不法分子就利用网上购买的写卡器和空白卡,私自伪造克隆购物卡进行诈骗。

据了解,目前购物卡基本都是磁条卡,通常不设密码,只需一合读写器就能复制出相同的子卡。一旦这些复制出的子卡里的钱被花光,母卡里的钱也没了。

在二七商圈,经常会有“黄牛党”向消费者推销购物卡,而低价折扣出售购物卡的小广告也随处可见。如何避免被“克隆”,专家认为购买购物卡时,应通过正规渠道,如各大商场服务办

公区域,切勿贪图小利从他人手中低价购买,特别是网上购买。

另外,办卡时保留文字广告,任何口头承诺都应予以书面形式保留,并要求对方加盖公章,同时保留好发票。此外要仔细阅读有关会员细则,也要注意其中的限制性规定是否会对自己有影响,不要被各种优惠条件所迷惑,而选择不适合自己的购物卡。最后,保留相关证据,消费后注意核对余额,以防卡内余额缺失。

信用卡:及时检查 仔细对单

此前有消息称,有消费者在某商场刷卡付款时,由于收银台POS机没反应,改用现金支付,不料随后又收到了银行卡款项支出的短信提醒,于是出双份钱造成损失。

像这样的情况,虽经过商家与银行的协调,最终会给消费者一个满意的答复,但在这个过程中,有一样东西必不可少,那就是发票或购物小票,以此为消费证据才能在遇到消费纠纷时方便维权。

“很多消费者不愿多走几步,往往把信用卡交给店员去付款,出了问题都是麻烦。”一商场从业人员告诉记者。事实上,刷信用卡进行消费需注意很多问题,这些看似微乎其微的地方却成为安全刷卡的关键。

首先要谨慎刷卡。在商场刷卡消费时,千万不能让卡离开自己视线范围。在刷银行卡付费时应看清楚收银员输入的金额,核对正确后,才能输入密码。其次要及时检查。要确认账单所列信用卡号、金额是否正确,确认账单上打印的结果正确再签名。第三要仔细对单。消费结束后,要仔细核对消费清单,以防被多收钱,同时,要妥善保存账单,以便日后核对。最后要敢于维权。一旦发现问题,要及时向工商12315部门、消保委咨询、投诉。

行业资讯

埃玛舞蹈:舞姿炫丽七周年



本报讯(记者 张涵秋 文/图)8月10日晚,引领河南舞蹈方向的埃玛舞蹈培训,在东风路天旺广场举办了一场炫丽多彩的7周年庆典演出活动,吸引了上千市民观看。

双人舞、爵士舞、民族舞、街舞、肚皮舞、拉丁舞以及瑜伽等,庆典上各种精彩绝伦的舞姿,被学员与教练演绎得美轮美奂。

更引人注目的是,现场邀请的中国著名笑星青年艺术家王江华(赵本山模仿秀)和国际肚皮舞大师Rita,他们带来的精彩节目赢得了台下市民接连不断的掌声。

据了解,埃玛舞蹈目前已成为《中国好声音》的编舞和伴舞,应邀参加湖南卫视《舞动奇迹》,是河南电视台战略联盟合作伙伴。据其负责人张宝清介绍,7年来,学校已经形成了一套专业完善的舞蹈教学体系,一方面为广大青少年提供各种舞蹈考级培训,另一方面埃玛站在健康时尚的最前沿,全面推进有利于身心健康的各种舞蹈,走出了一条集少儿、成人为一体的综合性、多元化的发展新模式,不仅取得了良好的社会效益,同时也成为埃玛舞蹈区别于其他舞蹈培训的最大特色。

丹尼斯百货人民店 秋季化妆品节今日开幕

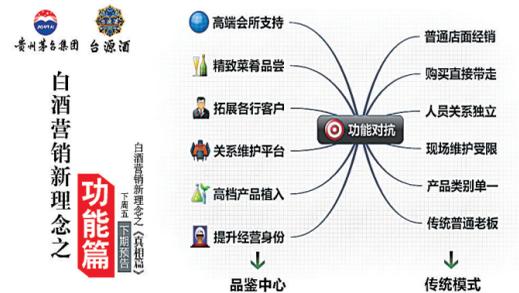
本报讯(记者 武姣)时至8月中旬,正是晒后重获新肌的好时期,不少消费者已开始为秋季护肤“囤货”。据悉,丹尼斯百货人民店秋季化妆品节今日拉开帷幕,将隆重推出多种优惠活动向消费者献礼,活动截至8月25日。

据了解,活动期间,凡于丹尼斯百货人民店持卡消费的VIP顾客,化妆品两倍积分,品牌日当天可享5倍积分。其VIP卡友亲自持卡至百货人民店6F贵宾中心即可凭卡内20点积分换20元电子券。

另据介绍,此次化妆品节还特别推出空瓶增值计划和美颜体验活动,不仅可以持空瓶在相应品牌换取50元化妆品电子抵用券,而且还能参与国际彩妆师现场教学、皮肤测试等环节。

此外,喜欢玩微博的消费者还可参加“我爱记品牌,疯狂猜猜乐”活动,只要猜出每天发图的品牌名称,关注微博@丹尼斯百货人民店转发并回复答案且@三位好友,猜对答案者即有机会获得精美礼品一份。

茅台·台源品鉴中心 白酒运营新模式



相信您阅读过我们上期的《创新篇》之后,对本期的《功能篇》期待万分吧。

通过对比,我们找到了白酒运营中的“蓝海”。此时此刻的您或许还对品鉴中心的功能抱着疑问。我们一直以“关系营销+体验营销+精准营销”作为核心。以酒会友的主题让体验营销升华,良好促进宾主关系,同时尽显主人之大气。品鉴中心具备植入与健康饮酒有关的高端产品,将营销充分融入。相信这种模式吸引着各界的关注,作为主人的您一定能寻找到志同道合的朋友。

创新的模式和强大的社交功能,相信您已经非常渴望更早期地了解该模式还有其他独到之处吧。

让您离成功更近一步,请关注茅台·台源酒华中运营总部。

联系人:汪经理
热线:400-875-9899 13903711275
地址:河南省郑州市郑东新区商务内环10号金成东方国际10号楼13层

消费微观察 栏目记者 武姣

体育品牌集体沦陷 行业面临洗牌

关注:日前,李宁体育公布的业绩报告显示,截至今年6月底,公司亏损1.84亿元,毛利润比去年同期下降24.6%。与此同时,安踏、匹克、361°等国内其他体育品牌上半年业绩也下滑严重,其关店速度无明显降低,而在各商场品牌店内,随处可见低折扣促销活动,如此低迷的市场表现,令运动品牌在炎炎夏日遭遇从未有过的“倒春寒”。

视点:“前几年,穿着运动鞋搭配牛仔褲还算潮,现在谁要那么穿就傻得很。”大学生王飞说。不难发现,运动品牌的时尚泡沫已破裂,其受众的消费需求和消费习惯早已发生巨大改变,并受到快时尚的截击,虽然部分运动品牌尝试融入更多的时尚元素,但持续性潮流引领上显然没有做到位。

然而,根本原因还是体育品牌盲目扩张、资本驱动而造成的恶果,为了追求业绩报表的耀眼成绩,大量开店、大规模生产后,高库存必将随之而来。另外,从进入“后奥运时代”开始,体育品牌逐渐缺乏切实有效的品牌经营能力和后续营销手段,竞争力不足,即便体育明星代言,影响力及商业效益均远不足以达到预期。

业内普遍认为,尽管上半年去库存较去年趋于好转,但目前仍在“阵痛期”。专家表示,运动品牌一方面需收缩前期扩张过快的渠道,并针对消费者心态作出针对性的营销;另一方面,还需在品牌定位模糊、产品同质化严重,品牌辨识度低等问题的改善方面作出努力。

中国奢侈品消费外流加剧

关注:财富品质研究院日前发布的2013《中国免税报告》,今年中国奢侈品消费外流加剧,仅有20%的中国消费者愿意在中国大陆购买奢侈品。

视点:据财富品质研究院院长周婷介绍,2012年中国消费者奢侈品消费地突破了2011年的“1+1+1”法则,奢侈品购物决策地的重心偏向境外地区,除港澳地区占比26%外,欧洲是中国境外旅游消费的重心,达23%,其次美国占比10%,而日本跌至3%。

但2013年,境外消费趋势依然持续,不同的是,港澳成为中国消费者最爱购买奢侈品的地区,比例高达44%。与此同时,2013年中国高资产人群的海外购买奢侈品的倾向同去年相同,仍然是愈加明显,尤其以身价过亿的富豪为甚,51%的过亿富豪倾向于境外消费。

专家解释说,中国对奢侈品进口征收高关税,外加广告与公关活动成本、旗舰店年度成本以及人力成本等,这些都体现在了国内价格之中。除了税率等因素,这也与国内高档商品代理制度也有关联。渠道的垄断,也造成了奢侈品价格居高不下。

联通宽带 引领光网新时代

联通宽带 3倍提速

4M免费升12M

上网快 尽享12M光速宽带

服务好 4小时修障、8小时装机 宽带专家热线96480

费用省 全家用3G,宽带0元享 预存699宽带/手机/话费全都有

温馨提示:

- 1.凡2013年3月31日前入网的联通宽带客户(光网小区),使用“3G宽带”融合产品,即可享受3倍提速活动,宽带由3M提升12M。
- 2.2013年10月7日之前,学生家庭用户(光网小区)凭学生证或中高招录录取通知书,新办理“3G宽带”融合产品,12M宽带最低0元享。
- 3.未使用“3G宽带”融合产品的3M宽带用户,在活动期间预存年使用费可免费体验12M光速宽带3个月。
- 4.对于暂不能达到12M速率的区域,可登陆提速网站(http://tisu.kuandai.net.cn)申请对您所在小区进行免费光网改造。

Chinaunicom中国联通

上网快 就选沃 www.10010.com