

优化消费环境,提振消费信心

# 努力让市场暖起来,活起来

近三年,受疫情影响,市场波动很大,市民的消费能力受到一定影响。今年以来,恢复和扩大消费被摆在了优先位置,多方发力让消费活起来,让烟火气回归。

今天是一年一度的“3·15”国际消费者权益日,连日来记者深入采访市内多家具有典型性和代表性的放心消费单位、商圈,及基层市场监管所、消费维权联络站,从与市民息息相关的吃穿用行入手,聚焦产品、服务和消费者权益保护等方面。

厂商信心如何,消费环境如何?一起来看看。



## 1 实体店以优质服务引客流

春暖花开,台州奥特莱斯广场的负责人曹慧玲感受到了市场的暖意。

台州奥特莱斯广场是台州唯一一家主打名品折扣产品的大型商城,选址于山清水秀的黄岩区院桥镇,总占地面积139亩,总建筑面积9万多平方米。自2014年11月正式对外营业以来,台州奥特莱斯广场在激烈的市场竞争中艰难前行。尤其是在疫情期间,顾客大量流失,营业额惨淡,商城举步维艰。

“现在实体店的生意,实在是太不好做了。我们一直全力以赴,不敢有丝毫松懈。”曹慧玲介绍,为了应对疫情及互联网的冲击,商城搭建了线上直播间,开通抖音直播平台、抖音小店,培养主播、运营专业人员,组建带货直播运营团队,“做了很多尝试,终于熬过了最难的日子,迎来市场复苏。”今年春节疫情管控放开以后,不到一个月时间就创下5000余万元的销售业绩。

眼下,如何提振消费信心,让顾客能够放心消费,成了台州奥特莱斯广场要探索的“回温”突破口。

曹慧玲告诉记者,“按照以往的消费统计,我们的总营业额里面,有至少15%-18%的份额来自外地游客,所以我们会推出一些激励政策,比如对过来的游客,可以补贴和报销一定比例的交通费。”

对于消费者最关心的购物及售后问题,该商城专门设立了消费维权联络站,划出专门区域为消费者服务,设置“维权小站”作为独立调解客户投诉的地点。这些区域都设置在消费者很容易找到的地方,标志标识都与奥特莱斯文化特色结合,做到醒目直观。

维权站专门配置了4名优秀的工作人员专职处理矛盾纠纷、退换货等事宜,在商圈管理层挑选不同部门的6人组建消费维权委员会,随时接受消费者的投诉和咨询。

迄今为止,广场共创建了107家放心消费单位,7天无理由退换货承诺店铺达到100%。开业8年,有42家店铺连续8年“0”投诉。



## 2 DIY定制做细做精

对于台州市路桥区的丝丝美席业股份有限公司来说,气温的回升,预示着销售旺季即将到来。

作为当地凉席产业里的“领头羊”,丝丝美席业股份有限公司有足够强大的研发实力和竞争力,但即便如此,依然抵御不住三年疫情的影响。公司法人代表梁小勇介绍,“公司的产值和收益连续几年一直呈现下滑趋势,像2022年就比2021年又缩水了10%-15%左右。”

梁小勇分析,造成这个局面的因素,除了疫情防控带来的配货运输障碍外,还有一个主要原因是疫情带来的消费降级。

如今,随着疫情防控政策优化调整,整个市场经济开始复苏,丝丝美席业股份有限公司又迎来了重振的契机,梁小勇也已经筹备好下一盘“大棋”。

丝丝美席业股份有限公司拥有强大的研发和科研团队,公司每年在科研上投入上百万元研发新的花型,中国多家家纺上市公司80%的冰丝席原料,都是来自于丝丝美。

“今年我们将加大研发力度,推出更多的精品来‘征服’市场。不断提升产品质量,通过技术迭代更新,提升整体外观。”梁小勇介绍,公司建立了完整的质检体系,做到所有产品100%检验,确保产品品质。经过不断的努力,丝丝美的产品出厂合格率能够达到98%。同时,企业在确保质量的前提下,压缩人工和管理的成本,让利给消费者。

## 3 用品质和服务抢占市场

说起疫情对销售的影响,仙居县茶叶实业有限公司副总陶洪祥一声叹息:“销售量下降15%以上,主要销售基地兰州茶楼,最长曾关门7个月。”

仙居县拥有国家5A级风景名胜区,山陵众多,土壤肥沃,为茶叶生长提供了良好的天然环境。仙居县茶叶实业有限公司是一家集茶叶科研、种植、加工、销售、茶文化为一体的现代化茶企业,是中国茶叶行业综合实力百强企业、浙江省级骨干农业龙头企业。

如何在复苏的市场中迅速站稳茶业龙头企业的地位?陶洪祥介绍,他们在今年的生产和发展过程中自加压力,从源头到成品,每一环都实施严格监管,努力提升产品质量,做好售后服务。“如果发现不合格产品,我们有一套完整的产品召回控制程序,对召回的范围、时间以及对问题产品进行溯源倒查,找出问题所在,作出处理,及时纠正,并向消费者给出满意的答案。”

位于天台县的浙江康能食品有限公司,是一家专业从事油茶育苗、种植、山茶油加工销售的龙头企业,

对于可能出现的一些客户问题反馈及售后申请,梁小勇的态度是高效介入和及时处理。“我们要求各相关部门在收到客户投诉后,第一时间对接回复,给出能够让对方满意的解决方案。整个过程要确保在24小时内完成。”

市场的暖意,浙江蓝途户外用品股份有限公司负责人金丽君也感受到了。

浙江蓝途户外用品股份有限公司,是一家集研发、设计、打样、大货制作、现货仓储为一体的现代化实体工厂,位于中国冲锋衣产业基地——三门。

三门的冲锋衣在全国范围有着很大影响力,市面上平均每10件冲锋衣就有6件是在三门制造。作为三门冲锋衣的“龙头企业”,蓝途公司的产品影响着当地整个冲锋衣的生产风向。

“我们DIY定制满足客户个性需求,比如冲锋衣工作服、皮肤风衣等。”金丽君介绍,接下去,计划每年投入两百万元左右的研发费用,以每年20-30款新品的频率丰富自己的产品库。

“随着销量的上升,消费纠纷在所难免,公司积极应对。在三门县市场监管部门指导下设立消费维权联络站,结合公司售后服务团队,完善企业消费纠纷化解工作体系。由专人以专业、负责的态度积极处置每一件消费纠纷,通过先行和解,积极履行经营者主体责任,争取纠纷不出厂、不出店,实现了在市场监管等职能部门举报投诉系统的‘零记录’。”金丽君说道。

经过20年创业打拼,已建成良种油茶采穗圃30亩、育苗基地60亩、原料基地20000多亩、订单基地50000亩,是省级重点骨干企业。

之前受疫情影响,这家龙头企业的业务量也遭遇下滑。“经过这次考验,我们更加珍惜消费者的肯定和支持,所以在疫情放开后,我们也更加严格要求自己,不断开发新品,做精做好产品的品质。”企业质检科负责人郑慧飞介绍,公司引进国内先进技术,采用低温压榨技术,确保茶油营养。“整个过程都在密闭干净的流水线中进行,灌装环节更是在无菌状态下完成。对于必须用到人工的环节,全程予以监控和监督。”

为占据更多的市场份额,康能公司不断研发新品,“天台山”高山茶油、山茶油黄精黑糕先后被评为台州特色伴手礼,今年推出的“浓香型”茶油,按照高于国际标准的企标研发生产,一投放市场便收获无数好评。

记者 赵虹/文 图片由受访者提供