

市区商家促销消费者不买账

消费理念渐趋理性



随着科技的发展,购物方式较以往发生了较大的变化,各商家网上购物平台的崛起,使得人们不再只局限于实体店购物。不少实体店面临着巨大的生存威胁,因此促销手段层出不穷。15日记者在调查中发现,与前些年相比,市内各商家的促销活动虽然有增多的趋势,但消费者在消费时日趋理性,不再只注重商品的价格,而是对商品价值等各方面综合起来判断,以此来决定是否要消费。

>>> 网店、实体店促销广告随处见

如今走在街头,要说最常见的是什么,当属各类商家的打折促销广告了。就如同记者15日在薛城区财富购物广场看到的一样,每走几步总能看到不同的促销广告。

“跳楼价,全场五折销售”,“房租到期,本店所有商品大促销”,“今天你抢购了吗,错过就会后悔一辈子”等诸如此类的

广告数不胜数。而为了吸引广大消费者的购物欲,商家不仅在促销方式上花样百出,有的商家声泪俱下大打苦情牌,以博取消费者的同情心;而有的则是用诙谐的语言打动消费者;还有的商家直接用超低价格吸引消费者眼球。

“现在生意不好做呀,不搞些促销活动很难维系下去。”市

中区吉市街一家服装店的老板说:“如今网上购物的冲击下,买东西再也不只局限于实体店了,实体店的生意变得岌岌可危。”网上拼的是超低的价格,我们要想与之抗衡,就必须也把价格降到最低,而这些促销广告,就是我们宣传的手段。”

记者观察到,该店为了吸引顾客,特意让销售人员拿着扩音

器在店门前吆喝着降价信息。

调查中记者了解到,近些年来网上促销活动也有所增加,除了一年一度的11月11日购物狂欢节以外,还有商家推出了6月18日周年庆购物PARTY,在本来就不高的价格上再打折,这种折上折的优惠对于实体店来讲无异于重磅炸弹。

>>> 消费者消费理念渐趋理性

而在这场看不见硝烟的战场中,商家为求销量使出了浑身解数,那么收到的成果又如何呢?在调查中记者竟然发现,尽管促销活动一搞再搞,然而商品的销量却并没有太大的变化。有些商家的促销活动尽管看上去“力度很大”,但记者却并没有发现消费者熙熙攘攘购买的场面。商家们拿出了自己的“真诚”,而消费者们却似乎不为所动。

到底是什么原因铸就了消费者们的“铁石心肠”?记者随机采访了20位消费者,从这20位消费者中记者发现,造成如此局面的原因有很多,除了被网购吸引了注意力以外,还与消费理念的改变脱不了干系。

众所周知,随着生活质量的不断提高,每个家庭的开销也在逐年上涨。而在前些年,每逢听到哪里有打折促销活动,消费者们不仅会积极地抢购,

还会通知亲戚朋友,告诉他们哪里正在打折促销,赶快前来购买。家住市中区解放路的陈女士便有过这样的经历。

“那时候只要听说哪里东西打折了,我就会跑过去买,也不管这些东西是否能用到,先买了再说,这便宜的价格可不等。”陈女士表示,那时候的消费往往有一种冲动在里面,也就是说,无论是否可以用到,见到打折促销就想买,感觉

不买错过就亏了一般。“现在不同了,走在大街上随处可见打折促销的活动,但几乎很难让我有购买的欲望了。有的商家更是可笑到一年四季都在说自己关店前大甩卖,关店甩卖都甩了一年多了也没见店关门。”陈女士告诉记者,在经历了这些年的消费经历以后,她觉得除非是可以用到或者常用的,不然实在没有必要为了打折而买东西。

>>> 明降暗升促销打折并不实惠

不少消费者坦言,理性消费的形成除了频遇打折促销以外,还与部分商家的“诚意”有关。

说到打折让利,其本质应是为了销量的增加,商家搞的一种让利于消费者的活动,从而达到双赢的局面。然而不少商家在这方面只重视了销量,而忽视了让利,大搞表面文章,设计促销陷阱,让消费者在消费后直呼上当。

家住市中区青檀路的孟先生便有过这样的经历。“以前看到一家服装店打折,说是全场

打五折,我就进去看了看,还真看上了一款风衣,原价是1999元,打折后是599元,我一听觉得折扣挺大的,就买了下来。谁知过了一个月见单位的一同事也穿着同款风衣,一问才知道,他买这件衣服时并没打折,价格也只有499元,我一听才知道上当了。”孟先生向记者讲述了自己受骗的经历,他表示并非所有的打折促销都是那么实惠的,有很多都是商家向消费者下的“套”,用明降暗升的这种把戏,欺骗消费者。

据了解,除了明降暗升以外,商家还有其他促销陷阱。比如把一些商品的定价,专门设定为方便促销活动的价格。“有的商家说购物满200元立减100元,可商场内很多商品的价格被设定为398元或者598元,这样商家只需要少标注一元两元,消费者就要少享受100元的优惠,乍看挺诱人,其实也是商家的一种销售手段。”家住市中区君山路李女士表示,“近年来促销广告的水分都比较大,什么‘原价268元的羊毛衫现在只要29元’,‘原价298元的衬

衣只售29元’,衣服便宜得吓人,但其实单以价值而论,所售现价也是有些高的。”

“就拿衣服来说吧,新款上市的也要打折,似乎不降价就卖不动似得。你说偶然降价吧,消费者可能还相信,现在商家一年四季都在狂甩,久而久之消费者也都麻木了。不过这样一来也有好处,大家买东西都比较理性了,不再为了打折促销而买,买之前先考虑能不能用到,避免了冲动消费后的浪费。”李女士说。

(记者 寇光 文/图)



粽香

离端午节马上了,市场和超市里的氛围也愈发浓了。昨日,记者走访市场发现,艾草、粽叶、蜜枣被放到了最醒目的地方。一些超市甚至雇了包粽子能手现场包,以期用最透明的方法,最优质的食材获得消费者的青睐。

(记者 刘一单 摄)



食药总局曝光 8企业药品违法广告

药品、保健品违法宣传行为一直屡禁不止,违法广告严重损害了消费者利益,尽管频频登上国家食药监总局黑榜,但却一直顽疾难除。

16日,国家食药监总局再度披露,在监督检查中发现8个严重违法广告,其宣传超出了食品药品监督管理部门批准的内容,含有不科学表示产品功效的断言和保证,利用患者的名义和形象做功效证明等内容,严重欺骗和误导消费者。

事实上,不久前,国家食药监总局刚刚发布公告称,由于广告违法情节严重、给公众饮食用药安全带来极大隐患,涉及30家企业的33个产品(10个药品、13个医疗器械和10个保健食品)因发布严重违法广告被行政告诫。但眼看监管部门正不断加强曝光力度,不少企业仍旧顶风作案。

据了解,此次被曝光的8家企业中,有的企业将补肾药品标榜成为“可治疗痛风、脱发等症状”,也有药企将旗下帮助消化的药品说成“可修复肠胃粘膜溃疡面”。(北京商报)

调味品不合格率较高 涉事企业将被立案

16日,国家食品药品监管总局公布了最新一期食品安全监督抽检情况,抽检信息涉及8大类食品1156批次样品,包括抽检项目合格的样品1122批次,不合格样品34批次。其中调味品不合格率较高,粮食、食用油则较为安全。

目前有关部门已对不合格产品涉及的38家生产经营企业进行立案调查,并下架、召回不合格食品。

据了解,以上样品均于2—4月在商场、超市、批发市场等地点抽取。8大类产品具体抽检情况如下:抽检调味品159批次,样品检验项目合格的149批次,不合格样品10批次,不合格原因包括氨基酸态氮不达标、大肠菌群超标、菌落总数超标等。抽检粮食及其制品283批次,样品检验项目合格的282批次,不合格样品1批次,标称为安徽丰大股份有限公司生产的自发小麦粉,不合格的原因是检出禁止在面粉中使用的含铝添加剂。

假冒名牌隐形眼镜 成本价仅五六元

只要在互联网搜索“美瞳”或“隐形眼镜”的关键字,他的网店的链接就会出现。16日,广州警方通报称,近期广州增城警方捣毁一个制售假冒名牌隐形眼镜的窝点,抓获犯罪嫌疑人两名。

小陈是一名在校女大学生,今年3月,爱美的她找到了一家“物美价廉”的美瞳销售网店,试着购买了几盒。然而收到货后,小陈却发现她买的产品与真品在包装上存在明显差异,怀疑买到了假货,经向厂家证实购得的美瞳是假冒产品,小陈于是向快递发货地的增城警方求助。

办案民警经侦查,锁定了一名嫌疑人单某(男,31岁,增城人),逐渐掌握到单某在家中制售假活动的信息。5月11日,警方抓获单某、姚某夫妇,现场缴获假冒的隐形眼镜成品、半成品、包装盒、商标等涉案物品一大批,涉案金额200余万元。

据警方介绍,单某假借其大嫂眼镜店的资质注册了一个网店,并通过网络渠道联系甘肃、河南、北京等地的企业生产不贴商标的隐形眼镜(俗称“裸眼”),之后再贴上从其他渠道买到的商标标识并包装好,放到网上销售,单某的客户不仅涉及国内多个城市,很多产品还被卖到了国外多个国家。(新浪)