



科学用眼更重要!

不要再被“防近视”产品忽悠了

本报记者 王春芳

新学期即将来临,家长们又开始担心孩子们的视力问题。随之而来的是护眼文具、护眼仪、眼罩、眼贴等防近视产品开始热销,家长们希望依靠现在的“高科技”手段来保护孩子的视力。那么,这些被称为护眼“神器”的产品真的靠谱吗?

8月21日下午,记者走访了一家规模较大的学生用品店,看到营业员正在将各种新潮的文具摆上柜台。其中,防近视笔、护眼笔记本等商品被单独陈列,时不时有家长前来咨询、选购防近视文具。

“我也是看见别的孩子用防近视文具,就想着来问问。”一位家长说,她孩子班上不少同学在用防近视文具,她感觉应该有点用。

“防近视笔是通过一些特殊的设计,可以调节孩子握笔的高度,从而矫正孩子因不正确握笔姿势而引起的近视。”导购员说。记者注意到,防近视文具的价格并不算昂贵,防近视笔的价格大多数在10元左右,护眼笔记本价格也属于正常,只是护眼笔记本的纸张颜色较为柔和,多数泛黄,导购员称柔和的颜色对眼睛来说更为健康。

此外,在一家大型书店里,还有比较受欢迎的按摩、热敷、多频振动、红外感应等功能的护眼仪,价格在40元至100元之间。“这些产品对幼儿的假性近视有一定帮助,很多年轻家长都会选择购买。”导购员推荐道。

“护眼仪是通过恒温的方式,对眼部

进行按摩热敷,可以缓解视疲劳,但不能从根本上解决孩子近视的问题。”业内人士说,每个孩子的眼周穴位位置不同,如果护眼仪按压在孩子的眼球上,且振动强度过大,反而会对眼睛造成伤害。使用护眼按摩仪倒不如孩子自己做眼保健操更便捷、安全,应该倡导中小学生在做眼保健操来缓解视疲劳。

护眼产品中,还有蒸汽眼罩、发热眼贴、中药眼贴等产品,销售比较火爆。业内人士介绍,眼罩、眼贴的原理主要是通过适当的温度来加快眼部血液循环,从而起到护眼、缓解视疲劳的作用,但对治疗近视作用不大,商家宣传有些夸大其词。

销售要实在 不能靠忽悠

□李学杰

孩子的学习用品、保健用品现在都是市场中大火的商品。商品销售火爆自然会让商家趋之若鹜,为了提高销量有些甚至不惜采用摆不上台面的手段。

因此,有消费者产生了疑问,为什么很多老板都说销售就是忽悠,还把这称之为销售技巧?难道就不能不忽悠、不欺骗的销售吗?

一位朋友的孩子从事销售工作,他曾告诉笔者,他换工作了,因为老板给他们开会说,销售其实就要带点欺骗性质,他接受不了选择离开。他不明白老板的话究竟是对是错?

严格意义上讲,销售是根据客户的需求推荐产品或解决方案。忽悠就是,不管客户有没有需求,都要让对方接受产品。销售的实质是帮助客户解决问题和实现目标,并通过兑现承诺而获取客户信任,形成更多的销售。当销售建立在忽悠或欺骗的基础上,可能会达到短期利润目标,但换不来客户信任,也不会有回头客,企业业务就不可能做大。

在目前信息越来越发达的时代,谁都不傻,长期忽悠客户的做法已经不太可能了。要想成为一个优秀的销售人员或建立一个持续发展的生意,真诚——诚心诚意为客户解决问题,让客户满意甚至惊喜,是事业发展的唯一途径。

当然,有很多公司的生意目前仍是靠满足个人私利而取得,但这些生意很难持续和壮大,还是有很多诚信经营的企业。

顾客无非是想从商品中获得自己想要的利益,只要你能满足顾客的需求,他就会满意的,加上良好的态度,完善的售后服务,一定是非常满意的。

销售靠忽悠是对销售工作天大的误会,除非售卖的产品出发点就是坑蒙拐骗,否则只要产品是正经产品,那压根就和忽悠扯不上边,金杯银杯都不如客户口碑,如果靠忽悠是不可能长期发展下去的,个人和公司都一样,会被市场淘汰掉的,这是首先要想明白的。

真正优秀的销售人员都是假话绝对不说,真话有选择性说。可能很多朋友会质疑:假话绝对不说,真话有选择性说不就是忽悠吗?在这里有个前提就是把产品推荐给适合的客户。



中秋月饼新上市

花样多了 包装瘦了 价格降了

本报记者 王春芳

临近中秋,我市市场上各式各样的月饼陆续上市,不少市民开始提前购买尝鲜。记者走访市场了解到,今年的月饼花样繁多,包装不断“瘦身”,价格更为亲民。

8月21日,记者来到市区一家超市看到,新鲜上市的月饼被摆放在入口显眼的位置,品种丰富,款式齐全。业内人士介绍,传统月饼每年都要玩出新花样已成为业界共识。目前,月饼主要有八大系列,分别为广式、苏式、台式桃山皮、奶黄流心、法式、杭帮、滇式、冰沙月饼。

货架上,礼盒装月饼有华美、陶老大、卢师傅等多个品牌,每盒价格在40元至100元之间。除了精美的礼盒装月饼,一旁的散装月饼货架上也满满当当,豆沙、莲蓉、五仁、奶黄流心……口味多达20多种,每块价格在6元至12元之间,吸引了不少顾客驻足挑选。

“月饼是一周前上市的,从价格来看,礼盒装月饼价格明显下降,高价月饼已没有踪影,散装月饼价格与往年持平。”一位工

作人员说,“从口味来看,除了五仁、水果、豆沙、莲蓉等传统口味外,流心月饼是新流行的‘网红’月饼,其突出的颜值、绵密的口感,赢得了不少女性的青睐。”

“价格上的喜人变化与包装的改变有很大关系。”业内人士介绍,据国家发展改革委微信公众号8月19日消息,国家发展改革委、工业和信息化部、商务部、市场监管总局发布《关于遏制“天价”月饼、促进行业健康发展的公告》提出,生产、销售盒装月饼应当严格遵守关于食品包装的强制性标准,不得使用贵金属、红木等贵重材料,减少包装材料的过度使用。另外,根据相关国家标准规定,包装层数不能超过三层。在层层“瘦身令”下,礼盒月饼价格回归到食品本身,更加亲民。

正在选购月饼的市民张女士表示:“新国标的应用、新消费的理念推动月饼消费市场‘风清气正’,食品安全了,价格合适了,就能多买几盒了。”张女士打算到临近中秋的时候,团购一部分回



去走亲戚。

据了解,目前,月饼已全面上市,初期主要以销售散装月饼为主,礼盒装月饼的销售大多集中在8月25日左右。不过,无论是散装月饼还是礼盒月饼,在接下来的20天里,月饼市场将迎来一年一度的“黄金档”。

上图 超市里陈列的月饼价格亲民。 本报记者 王春芳 摄

冬枣价格“跳水”

本报记者 王春芳

“这两天卖最好的还是冬枣。”在一家水果店里,老板告诉记者,这个季节的冬枣味道相当不错,吃起来又甜又脆。一些爱吃冬枣的老顾客是整兜、整箱购买,这让冬枣销量激增。

冬枣,本应是秋冬季节上市的水果,这些年种植户和商家为了抢占“物以稀为贵”的市场先机,将上市时间不断提前,基本上每年七八月份,大家就能在水果店买到冬枣了。根据以往的市场价来看,直到9月份大量上市前,冬枣的价格都会比较高,但这种情况在今年有了变化。

“去年同期冬枣还卖到每公斤18元,但今年的冬枣卖不上价,普遍便宜,喜欢吃冬枣的市民们可高兴了。”一位老板说,

目前市面上的冬枣价格基本上维持在每公斤15元左右,也有部分商家打出了冬枣促销的招牌,记者见到价格最低的是每公斤11元。

业内人士分析,冬枣价格下降的原因,一方面是冬枣产量和上市量增加,另一方面是受疫情影响,交通运输、仓储、销售都受到了一定限制,导致商户为了快速周转资金而降价销售。另外,业内人士建议市民们在购买冬枣时,不要选全红的冬枣,青皮有斑点红的冬枣甘甜多汁,吃起来口感更好。另外,冬枣果皮摸起来硬一点的更为新鲜。

左上图 消费者在选购冬枣。 本报记者 王春芳 摄



连日来,秋季的时令水果已经陆续上市,部分水果迎来了价格“大跳水”。其中,冬枣的价格起起伏伏引起市民热议。

8月20日,记者走访了市区部分农贸市场和水果店,发现冬枣、石榴、火龙果等水果已经大量上市,就连蜜橘、柚子等深秋才能大量见到的水果也出现在市场。