



# 消费升温 市民购物要理性

本报记者 王春芳

各大商场、超市在做好疫情防控工作的同时，推出各种优惠促销活动，吸引顾客进店消费。

记者走访发现，许多商场打出满减、买送等各种优惠活动。在塔南路附近一家综合性大型商超，各大品牌门店前“买满300返300元或150元电子券”“一件9折，两件7折”等广告宣传板摆放在显眼位置。记者了解到，黄金珠宝首饰、手机、家电、家政等商家都相应推出了促销优惠活动。

“报复性‘消费’在这个时候被体现了出来。”一位业内人士说，虽然商家优惠力度较大，人们购买欲望强烈，但很多商家优惠活动的背后规则不少，更有蹭“促销”的热度，实则并不优惠的情况。

“卫生纸价格有28.8元和25.8元两种，需要是会员才会便宜。”记者在一家超市走访时听到一位女士这样算账。记者观察发现，不少商品的价格标签上都有会员价与非会员价两个价格，采访中也有市民向记者反映，因为自己不是会员，曾因看错价格闹过纠纷。“办理会员是免费的，但是需要填写一些资料。”一位售货员说。在此，记者提醒市民，由于有的商场会员价与非会员价有些许差别，大家购买时要仔细看清楚价格，结账后要仔细核对小票。

记者注意到，一些便利店货架上增加了很多“家庭分享装”“超值特惠装”“1+1”等优惠包装的商品。有经营者提醒市民，一些厂家把商品进行组

合，以“捆绑销售”或以量取胜等方式销售，但仔细算下来，可能并不实惠。记者提醒广大消费者，一些休闲零食、洗化用品等厂家的促销战打响，消费者一定要货比三家，仔细查看好商品的各项信息，包括日期、含量、价格等，不要被“买一送一”等促销方式迷惑，要算清账单、理性按需购买。

防疫政策调整后，理发店、美容院、汽车服务中心、酒吧等商家纷纷推出储值卡优惠。“要谨慎办大额储值卡。”业内人士提醒市民，在目前这种特殊阶段，大多数商家抗风险能力较弱，容易发生倒闭、跑路的情况。所以，消费者在消费时应保持理性，避免一次性预存过多资金，减少权益被侵害的风险。

## 做好后疫情时期的商品零售

□李学杰

连续三年的疫情，给我们的工作、生活带来了不小的冲击，也在改变着我们的工作和生活方式。

作为普通的消费者，就消费方式来讲，从新零售、社交电商热火朝天，到直播电商的正当其时，线上线下流量渠道正进行着剧烈变革。作为传统主流商品零售企业，应因势而动、顺势而为，借助自身优势，结合大市场动向以及现今零售行业趋势，取长补短才是正确做法。

首先，疫情催化线上消费升温。受疫情的影响，消费者互联网化程度进一步提升，更多消费者开始尝试线上购物的方式，购买商品的种类也更加多元化。即便未来疫情的影响消失，消费者也会因消费习惯的养成而选择线上购物。对以线上销售方式为主的消费企业，以及生鲜电商平台来说，存在长期利好。

其次，强内容运营已经成为消费品牌必不可少的核心竞争力。抖音、快手、小红书等内容平台，越来越成为消费者购物的入口。消费品牌的内容运营能力，已经成为商业零售企业的核心竞争力。以往，媒体广告是消费品牌的主要推广渠道。但现在由于抖音等短视频平台的出现，很多创业期的新品牌，凭借爆款短视频内容运作、产品本身的创新性，也能够获得足够的曝光。借助这些基础设施，新品牌能够更低成本地触达用户，在这股新消费浪潮中具备快速崛起的动能。

第三，本土新品牌快速崛起。在消费人群变化和渠道变革的双重作用下，食品饮料、美妆个护、母婴用品等细分赛道的本土品牌正在强势崛起。本土消费品牌的投资从2018年开始升温，驱动因素除了渠道的线上化，还有内容平台的崛起。

第四，新技术应用带来消费投资的新机会。AI和大数据技术让精准营销得以实现，直播电商也让品效合一成为可能。在此基础上，新技术应用推动着消费的人、货、场等要素重构，呈现在消费者面前的是创新的产品形态和服务体验。

科技正在进一步重塑品牌和消费者的关系，创新产品和服务背后是如火如荼的消费零售行业数字化升级。数字化推动的产业升级不可阻挡，在消费领域的典型代表是生产、流通、零售模式的重构。可以看出，对商品零售企业而言，信息化和数字化意识已成为脱颖而出的必要条件。



通过超市和农贸市场走向市民餐桌。

小区周围的便利店也恢复了营业。便利店为区域内特定小区居民提供服务，小区居民也配合便利店自觉佩戴口罩、保持距离，还有些顾客仍保持着扫场所码的习惯。目前便利店作为多家平台的线下提货点人力充足，能够保障小区居民的生活物资供应。

上图 超市里蔬菜供应齐全。  
本报记者 王春芳 摄

## 焦作商业的烟火气渐浓

本报记者 王春芳

在调整防疫措施后，我市商场、超市、农贸市场、便利店等零售商按下了复商复产的“加速键”。位于大型商场内的影剧院、餐饮街、摄影工作室、儿童游乐场等陆续恢复线下正常营业。

“这几天客流量有了明显增长，门口的停车位每天很快就停满了。”一家农贸市场的工作人员介绍，停车位明显不够用，市场内的早餐店生意也好了起来，买菜的市民、卖菜的摊贩都增加了。据了解，该市场每日全面消杀，仍旧按防疫规范做好通风与消毒工作。各商户也对商铺进行全面清洁及消毒，以保证市场和顾客的安全健康。记者在这里看到，市民还是佩戴口罩、保持安全距离并自觉扫场所码进入市场。

在一家大型商场内，记者也看到消费者有所增加。其相关负责人表示：“我们坚持落实各项常态化防疫措施，提高公共区域消毒频次，场内各大客服台均配有免洗手液等消毒产品供市民使用，全力营造安全放心的休闲、购物环

境，为广大消费者的健康安全保驾护航。”

市工业路上一家超市的工作人员对场所环境也开展了全面消杀，在收银台、称重区等重点区域布置好间隔线，做好人员限流工作，保证消费者的安全。超市管理人员表示，目前他们依旧落实“应扫尽扫、逢扫必验”的要求，并要求所有员工按防疫规定，进行定时核酸检测，加强自我防护，力求为顾客创造一个安全的购物环境。

防疫不松懈，保供也强化。为了满足市民的消费需求，超市、农贸市场已提前对接供应商进行备货，粮油米面、肉禽蛋、冷藏乳品、低温熟食、烘焙糕点、清洁个护等重点民生商品充足，满足周边市民的“一站式”购买需求。

尤其最近正是冬储菜上市的高峰期，我市很多超市主动对接本地合作社进行采购，第一时间为市民送上时令美味。来自周边县区的大葱、白菜、萝卜、冬瓜、红薯、花菜等农产品，不计其数地

## 出门消费 如何做好个人防护工作

本报记者 王春芳

近段时间，去商超购物时应注意哪些事项？近日，商场、超市、农贸市场人流逐步增加。在此，记者提醒广大消费者，这些场所人员密集、环境封闭，请广大消费者为了自己和他人的健康，务必做好个人防护工作。

规范佩戴口罩，呵护身体健康。消费者要选择就近购物点，选择人流较少的时间段前往。进入超市、菜场应全程戴好口罩，与其他人保持安全社交距离。乘坐电梯，尽量避免直接接触电梯按钮等公用设施；如果接触，要注意做好

手部卫生工作。

购买水果、熟食，不要轻易品尝。在不确定的环境内，对于新鲜裸露的水果，建议消费者间隔距离挑选，不要随意剥开和品尝水果；对于熟食专柜的食物，消费者应分类少量购买，减少接触传播风险。

自助扫码支付，减少人员聚集。消费者外出购物，应随身携带便携式酒精、消毒液，在选购商品后，随时用酒精消杀商品和手部。也可以选择将购物袋套在手上选购物品。要注意打喷嚏或咳嗽

时，口鼻分泌物用纸巾包好后扔到垃圾桶内。付款时，不要聚集，推荐使用自助扫码支付、零接触结算台进行结账。

回家后莫大意，做好卫生消毒工作。不要用手触碰脸部以及眼、口、鼻。触摸眼、口、鼻前要用肥皂或洗手液，流动水冲洗。带有外包装的物品可以直接去掉包装袋，或用消毒剂喷洒表面进行消毒后再取出，购买的食物彻底做熟方可食用。门把手、钥匙、手机、包装物品表面等也要进行擦拭消毒。

