

3月15日,与您相约紫荆山百货广场

3·15进行时 一起见证企业的诚信

参与活动:67655031 67655272 维权电话:67655740 13837196077

<< 核心提示 >>

自本报即将在紫荆山百货大楼广场举办“中原消费行业诚信产品、服务展”的活动一经发出,短短一周来,受到了业内人士和广大市民的关注,一些业内人士纷纷通过网络、电话等方式表达诚信的态度,以及对媒体的公信力表示赞扬。

据了解,本次活动从3月12日开始至15日结束,届时本报将邀请工商行政管理局、质量监督等职能部门、省黄金珠宝检测机构现场设立咨询服务台,接受消费者咨询和投诉,食品、白酒、婚纱摄影、眼镜、珠宝、饮料等消费行业的名优企业与产品也将参展,并为消费者提供优质的产品和服务。

除“中原消费行业诚信产品、服务展”现场活动外,3·15期间,本报还将与中原消费行业的诚信企业进行“联名诚信服务宣言”、“中原诚信服务特刊”、“诚信企业(品牌)铜牌颁奖”等一系列的消费行业活动。同时,本报还将对话绿城多家知名企业的掌舵人,分门别类地了解他们最真实的“经商之道”。从而促使全社会共同关注扩大消费与服务广大消费者、服务经济发展和服务社会和谐的关系,努力营造良好的消费环境;倡导科学、合理、健康、文明的消费模式,促进经济社会又好又快发展。

晚报记者 谢宽



眼镜行业 诚信并不只是一句口号

眼镜行业素有半医半商的行业之称,很多消费者既是顾客又是屈光不正患者,眼镜既是消费品又是矫正、矫治器,所以,顾客每一次消费也是对眼镜机构专业水平和对待顾客仁者之心的检验。眼镜行业经过近20年的发展已相对规范。

“诚信不是作为口号喊喊就行的,不珍视顾客的意见的商家很难想象会做大,商家想把诚信做到实处并不难,反思一下那些百年老店是如何传承下来的,就知道该如何去善待顾客。最简单的做法:把顾客当成自己的朋友,就会自觉地替顾客设身处地的处理问题,哪还有质疑诚信的问题发生?即便是遇到顾客投诉,多想想顾客的感受,本着解决一个投诉、交一个朋友的理念去解决问题,一定会赢得顾客的谅解和理解。”利明眼镜相关负责人介绍说,“简单来讲,用一句‘水能载舟亦能覆舟’来形容顾客和商家关系再合适不过。”

随着市场竞争的严峻和顾客对视力健康关注程度的提高,脱离诚信、失去顾客信任只能是逐步消亡。

白酒行业 诚信树立起行业标杆

众所周知,起步于1995年的郑州名烟名酒行业,以服务周到、购买方便、酒品选择多等特点受到了市民的青睞。1997年到1999年,郑州名烟名酒业进入快速发展时期,数量剧增。2000年之后,郑州名烟名酒行业整体进入“战火纷飞”的时代,整体数量飙升至2000家。截至目前,郑州市烟草局发放的烟草零售许可证数量就达到了1.6万家,再加上没有注册的,目前郑州市面上名烟名酒店将近两万家,颇具规模的有3000家至5000家。郑州市名烟名酒店从青涩起步到一片繁荣再到今天的春秋战国时期,其间诚信的缺失、行业拐点,俨然成为行业中的顽疾,期待破局,化茧成蝶。

“诚信”对郑州白酒流通市场来说,是老生常谈的话题。透过如今的环境看待本土白酒流通业,站在行业发展的角度,却发现“诚信问题”正考验着郑州白酒流通市场环境,考验着一个企业或一个经销商对社会、对合作伙伴、对消费者的道德观念和经营之道。诚信已经从一个道德品质观念上升为一种合作关系准则、一种责任、一种品牌承诺。

郑州市酒类行业协会秘书长薛忠喜介绍:“通过这几年的诚信宣传,对白酒市场的净化,规范程度有了明显的提高,从市民反映的情况来看,市场上70%销售的都是放心产品,一些小烟酒店也能达到80%的放心产品,可以说这三年白酒市场的诚信是一次质的飞跃。”

“而对于诚信,在我看来,从企业层面来看,诚信即诚而信,企业诚实待人是前提,赢取信任是结果;从社会层面看,诚信是一种社会责任,企业只有承担起这种责任,才能被社会接受。”某白酒企业负责人说。

奶制品行业 诚信是基本的商业道德

当前来看,食品行业的诚信问题似乎表现得尤其突出和引人关注。“三聚氰胺”事件的影响,从短期来看,由于消费者对国内乳制品行业失去信心,行业内部部分企业产品滞销,导致企业短期利益受损。长期来看,整个行业发展进程可能会经历一个延缓期,这让许多饮料企业特别是奶制品企业面临着巨大的信任危机。

“诚信问题在行业中起着非常关键的作用,它关系到食品企业的生死存亡,是一个企业生存的基石,乳制品行业更是如此。”河南花花牛乳业有限公司营销总经理张凯认为,“食品质量是奶制品企业的核心

竞争力,产品在加强质量管理的同时,只有严格按照HACCP质量管理体系和ISO9000质量体系认证的要求组织生产,坚持公司自控奶源,从源头把关,从奶牛养殖到挤奶运输,整个过程都在公司人员的监控下严格进行,做到真正的‘对每一件产品都负责,每一件产品都有人负责’。”

因此,在他看来,在奶制品面临诚信危机的今天,奶制品行业需要翻开新的篇章,振作精神,呼吁食品行业的所有企业都坚守以诚为本的经营原则,维护消费者的利益,维护企业的声誉,只有行业的健康发展,才能最终实现多方共赢的局面。

婚纱摄影行业 诚信就是打造“信用经济”

从出现第一批影楼一直到现在,婚纱摄影行业一直处在迅速膨胀的阶段,短短的十几年时间,婚纱照已经由一件奢侈品成为结婚的必需品。虽然技术手段不断翻新,但是行业的不透明,不良经营手法时有发生,甚至近两年出现了索要底片要加钱的行业“潜规则”。

既然是市民日常生活的必需品,那么其产品、消费、服务与消费者之间所产生的密切联系,需要用信用来保驾护航。丽致龙婚纱摄影的唐红耀认为:“诚信即诚实守信,不但是法律方面的规范与约束,也是个道德的范畴,是道德与法律的有机结合。诚而守信,信必自诚,诚实是信用的基础,信用则是

诚实的外部环境和表现。”

在他看来,婚纱摄影行业属于朝阳行业,在行业前行中应加强自律,督促企业提高产品质量与服务水准,提高服务理念和水平,抵制不良经营手法,自觉维护消费者合法权益。

而蒙娜丽莎婚纱摄影总经理叶迪同样认为:“坚持诚信经营,以客户优先,满足新人的需求,尊重新人的意愿;精益求精,诠释新人的幸福,放大新人的美丽,是行业赋予摄影企业的使命。通过诚信经营,让消费者得到物有所值的放心商品,自觉担当起应有的社会责任;继续在经营理念上不断进行调整,牢固树立为消费者服务、为社会服务的思想。”

黄金珠宝行业 诚信是一项系统工程

随着人们生活水平的提高,珠宝玉石首饰市场展现出了巨大的发展空间。有繁荣自然有行业的搅局者,但随着多年来黄金珠宝行业发展日益规范,整个行业处在上升期。采访中,河南省黄金珠宝检测站站长唐庆民介绍说:“市面上珠宝卖场的商品质量总体情况较好。知名品牌企业十分重视商品的质量和企业形象,大部分企业内部质量管理有序。”

不过面对诚信,众多商家还是觉得诚信是老生常谈的话题,但也是事关企业和产品生命的话题,诚信就是一项系统工程。采访中金鑫珠宝企划部主管谢诺认为:“诚信是经营之本。人无信不立,业无信不兴。作为企业,我们深觉诚信任重道远,只有加强企业产品质量、服务方面的管理,通过建立一系列的诚信管理与经营制度,使企业的诚信

理念得到了进一步贯彻,将企业诚信经营的理念贯穿企业的各个环节与各个阶段,企业只有做到用良心做产品,以消费需求为导向,为消费者提供货真价实、充满创意的产品才能赢得消费者的拥护。”

“珠宝行业因为其产品的特殊性对货品的品质要求是要远远高于行业准则,介于黄、铂金等硬通货的保值性,企业首要做的就是经营诚为本,买卖信为先。”锦泓珠宝城陶总认为,“在今年3·15的主题下,企业对三年来主题的变化进行梳理解读,在商业产品差异化越来越小的今天,品牌与品牌之间的竞争越来越大,消费者所面对的选择也越来越多,这就促使各大品牌在做好销售的同时,进一步地提升自己的服务质量;在经济好转之后,消费者在进行消费的过程中更加倾向于理性化。这对珠宝行业来说更像一个机遇。”

本报开通 “3·15消费维权”热线

当空气中还满是浓浓的年味时,当耳边还总是砰砰的鞭炮响时,我们又一次迎来了3·15消费者权益日。今年的3·15,确定了“消费与服务”的主题。为此,作为主流媒体的郑州晚报,我们将围绕中消协确定的3·15“消费与服务”这一主题,开通维权热线。从即日起,读者可通过电话等方式,向本报反映您在消费中遇到的难题。本报“第一消费”将通过记者、律师和维权部门,调查解决消费投诉,及时解决您在消费中遇到的难题,避免受到损失,化解消费纠纷,以构建和谐的消费环境。

维权热线 67655740
13837196077

