



近日,中国消费者协会在京召开新闻发布会,公布了中消协2014年的年主题:“新消法,新权益,新责任。”那么,在这样的主题下,2014年的郑州商业将何去何从? 郑州晚报记者 王一品

“新消法”背后的商业新风向

商品 服务 创新

郑州商场争当诚信典范,紧握核心竞争力



扫一扫
更精彩

抓住经营本质

业内专家普遍认为,改革开放30多年来,中国商业几乎在所有方面都取得了巨大进步,但商业诚信却出现了巨大滑落。因此,必须通过建设法制化营商环境,大力重塑企业的商业诚信,以此改善消费者预期,拉动消费需求,进而促进国民经济可持续健康发展。

“新消法”的颁布实施,不仅能够起到上述作用,而且对企业而言也是一种利好。因为只有最苛刻的消费者才会催生出最优秀的企业家,产生出最具有竞争力的品牌。加大消费者权益保护力度,有助于倒逼国内工商企业苦练内功,成为既具有核心竞争力又具有良好商誉的市场主体。

“商业企业要回到经营的本质上来。”河南省商业经济学会常务副会长兼秘书长宋向清指出,“零售业必须把目光聚焦在商品的经营上,才能抓住顾客。前几年,得益于宏观经济和团购力量,百货、商超行业可以说是一直行驶在急速发展的快车道上。但这两年,经济增速放缓,‘三公消费’的限制又令团购订单大大减少,商家需要去研究目标顾客才能获得真正的增长。那么,抓住经营的本质才是遵循市场规律,也就是要抓住质量、抓住诚信。”

“品牌的基础是质量,性价比优秀的企业就是市场上的天之骄子。”中国商联会会长张志刚曾表示,没有标准化就没有品牌诞生的基础,从生产环节到流通环节需要贯彻无数个技术标准、服务标准和管理标准。期待着“新消法”塑造一个更加规范的市场环境。

加强服务意识

所有商家,都希望消费者记住自己的品牌。那么,品牌究竟意味着什么?品牌,是给拥有者带来溢价、产生增值的一种无形的资产,它的载体是用以和其他竞争者的产品或劳务相区分的名称、术语、象征、记号或者设计及其组合,增值的源泉来自于消费者心智中形成的关于其载体的印象。说白了,品牌是人们对于一个企业及其产品、售后服务、文化价值的一种评价和认知,是一种信任。其中,服务在品牌塑造中起着至关重要的作用。

保持创新精神

据悉,今年央视“3·15晚会”的主题定为:“让消费者更有尊严”。其中包含三层意义:一是消费者在消费过程中要有尊严,遇到权益受损,要坚决维护自身的合法权益,拒绝“忍气吞声”;二是呼吁商家在赚钱的同时也要有尊严,不义之财不可取,不仁之事不要做,当一名诚信、守法的经营者;三是对于市场监管者,要努力完善法律、法规,严格执法,坚定维护市场的尊严。

打造诚信典范

抓商品、抓服务、抓创新,2014年,商企将紧握核心竞争力。而这一切的根本,唯有“诚信”二字。“3·15”将至,“新消法”马上实施,即日起本报TOP生活特别推出“3·15中

去年,郑州各大百货商场似乎不约而同地在忙活一件事——加强销售人员的服务意识。“我们希望通过导购员的引导来加强对消费者的服务。”正道花园百货相关负责人介绍,“正道花园甚至开设了专属VIP服务,可以为忠实会员提供一对一的贴心导购。”

在大商新玛特金博大店,当顾客来到户外运动品牌区,导购会根据出行、旅游、运动等具体需求来指导顾客如何选择和穿戴。在丹尼斯百货花园店的女装区,销售人员会

建议顾客在什么场合穿什么衣服更得体,以及衣服、鞋子和饰品该如何搭配。此外,BHG时尚百货、大商新玛特郑州总店等大型百货商场均提供免费wifi,并借助互联网的力量来提升购物体验,与消费者实时互动。“‘新消法’即将实行,提升服务、让消费者买得更顺心更舒心,就是我们新的责任。”大商集团郑州紫荆山百货总经理宋玲玲告诉记者,“2013年,紫百之所以调整定位、重装升级,最终都是为了更好地服务于消费者。”

生活消费环境满意度调查”系列活动,开通“3·15消费沟通平台”,接受消费者投诉,并通过我们的版面曝光在生活消费行业损害消费者利益的失信行为。同时,我们还发起

“行业诚信典范的TOP品牌”评选活动。

这一次,一切由您做主。您可以推荐品牌,也可以“吐槽”不快,让我们一起捍卫消费者权益,见证诚信力量。

“行业诚信典范的TOP品牌”评选活动。这一次,一切由您做主。您可以推荐品牌,也可以“吐槽”不快,让我们一起捍卫消费者权益,见证诚信力量。

一周消息

文新启动名茶复兴计划

2月26日,全国知名茶叶企业文新茶叶于郑州召开新闻发布会,正式启动文新信阳毛尖“名茶复兴计划”。

据悉,此次文新茶叶提出的名茶复兴计划是针对信阳毛尖的全面复兴而提出的一揽子行动,历经多年酝酿,在今年终于形成最终的方案,付诸行动。

新闻发布会上,文新茶业董事长、总经理刘文新发布了名茶复兴计划的具体内容,其中包括:追溯体系计划、科技优种计划、名茶传承计划、文化助推计划,从信阳毛尖的茶树种植到培育,从原料加工到生产包装,再从市场推广和文化传播,基本上涵盖了信阳毛尖全产业链的范畴。其中最值得关注的可追溯体系计划的推出,意味着文新茶叶成为全国首家完成产品可追溯体系计划的绿茶企业。鲁虹

参与美的“爱情鲜言”为爱情保鲜

妻子小夏曾经多次表示,要买一台冰箱,可是想想房贷之下的重重压力,小夏还是放弃了。2014年情人节之际,一进门,小夏就发现了一台天蓝色的小冰箱,时尚的外观、小巧的造型让她立时心生喜爱之情。反复摩挲着这台冰箱,却又嗔怪老公,“家里钱不够,怎么还乱花钱?”

老公憨憨的笑了笑:“想给你一个惊喜嘛!美的冰箱在搞一个‘爱情鲜言’真情告白活动,我参加了。其实我是想给你一个惊喜,因为每天前五名都能获得在他们首页的真情告白机会,千万人共同见证呢,真好。可惜我手不够快没抢到,好在他们还有抽奖活动,我抽到了三等奖,是50元的红包。再加上现在价格跳水,好多冰箱打五折呢!我觉得咱家小,就选了一款比较实惠的,只是希望也让我们的爱情保鲜!” 朱江华

奥克斯打响2014空调市场争夺战

2月21日,从2014年奥克斯空调郑州渠道旺季开盘会议上传来消息,奥克斯凭借其品质战略实现2013年同比销售业绩增长14%的佳绩,再次稳居中原空调市场增长第一阵营。同时推出了重磅新品——“静悦”空调率先打响2014冷年中原空调市场争夺战。

郑州营销中心总经理张孝银再次强调坚持和贯彻“品质升级”核心战略,再举“以品质赢市场”的旗帜。并借助此前在国内市场上备受好评的“热霸”和“博客”系列空调创造的声势,推出了重磅新品“静悦”系列空调。 朱江华

税企共建和谐征纳关系

近日,郑州市地税局二七区解放路税务所立足税企共建,着力提升服务质效,构建和谐征纳关系,通过不断优化纳税服务手段,帮助大商超市等企业解决实际困难和问题,贯彻落实大服务的主题思想。推出了“7天x24”工作模式,税务专管人员除了正常办公时间外,保证全天候开机为企业实时解决疑难问题。重点了解推进税源专业化管理工作中出现的问题和困难。与此同时,通过服务的提升和及时融洽的沟通,有效改善税企征纳关系,让国家税收“取之于民,用之于民”的理念在税企双方形成共识。 通讯员 冯凯 王东伟