



第14个“双11”狂欢购物节结束了,国货品牌们的战斗力爆棚,从天猫到京东再到唯品会,国货消费热潮涌动,越来越多的优质国货被看见、被体验、被青睐。业内人士称,“双11”购物节折射出消费市场的新变化、新趋势,比起品牌光环,消费者尤其是年轻消费者更在乎产品的功效与性价比,国货应时应势,脱颖而出。

“双11”消费观察——

国货不断发力 消费热度不减

01 被看见 被青睐

“百雀羚、佰草集、郁美净……”网友“向日葵”囤了很多国货品牌,除了美妆产品外,衣服、鞋子也选了国潮系列。家住阳光汾河湾的闫女士说,今年“双11”,她买了佰草集护肤品和李宁的运动套装,已购订单中超过八成都是国货。

如今,有这样购物喜好的消费者不在少数。天猫数据显示,“双11”开卖一小时,珀莱雅、薇诺娜、自然堂、花西子等国货品牌接连破亿;京东消费数据显示,过去4年“国潮”相关商家增长240%,商品数量扩充了99%,新品牌增加68%,过去4年购买“国潮”相关商品的用户数增长超九成,成交金额增长了284%,销量增长了411%;唯品会数据也显示,“双11”开售1小时,国内知名品牌销量爆发式增长,运动品牌方面,鸿星尔克的销量同比增长142%,回力的销量同比增长45%,玉兰油OLAY销量增长81%,百雀羚销量增长52%,欧诗漫销量上涨63%。

02 品质高 创意好

从上述数据中可以看到,国货品牌的不断崛起,在消费市场也产生了“数据可见”的变化。据新华网国潮品牌年轻消费洞察报告,国货崛起态势强劲,受到越来越多消费者、特别是年轻消费者的青睐。

为什么越来越多的消费者热捧国货?“除了品质好外,国货品牌在创新方面持续发力。”从事互联网营销策划的王磊说,“如今,不少国货品牌以开放的态度迎接互联网,通过数据了解消费者的新需求,变得越来越多元化和智能化,以‘创意和质量’收获了年轻消费者的注意力。”比如百雀羚,这个1931年诞生的,91岁高龄的老国货,升级LOGO,升级包装,扩充产品队伍,新招迭出,全方位开发,赢得了老中青各个年龄段消费者的青睐。

采访中,一位“95后”国货忠实用户表示:“国产品牌与某些外国大牌相比,质量不差。现在国货的设计,理念更先进,外形更多元,风格更个性,未来我会继续支持国货。”

03 新消费 升级快

国货被青睐的背后反映了消费结构正发生新一轮升级与变革。

随着传播渠道,消费心理等关键因素的变化,国货品牌的热销可谓水到渠成。山西大学张蕾博士表示,随着移动互联网的发展和新一代消费人群的崛起,“95后”和“00后”将成为最大的消费群体。这些伴随互联网而生的年轻人正带动消费趋势的审美迭代:“质量好”不再是选购商品的唯一标准,“有故事”“颜值高”才是新国潮的消费美学。

此外,年轻消费群体已然在参与国货升级浪潮,比如某电商提供了“消费者体验和全产业、全参与的方式”,不仅可以让消费者看到产品是怎么生产的,还可以结合消费者意见去改进产品,甚至可以让消费者参与到过程中。

综上,相信在新媒介、新消费人群等各种因素加持下,国货品牌将实现更大范围的“出圈”和市场繁荣。 记者 贺娟芳



11月13日,市民在解放百货大楼挑选冬装。连日来,随着省城气温持续走低,我市各大商场冬装开始进入销售旺季。其中,轻便、舒适的羽绒类服装尤为畅销。张昊宇 摄

晋源区人社局化解一起欠薪案

本报讯(记者 李晓并)晋源区人社局高度重视根治农民工欠薪工作,全面落实治欠保支工作制度,积极发挥治欠保支联动处置、联合惩戒效能,近日圆满化解一起欠薪案件,涉薪100多万元。

晋源区人社局接到30余名重庆籍农民工投诉,反映在辖区某项目做外墙保温工作时,被拖欠工资达100多万元。接到投诉后,区人社局迅速启动程序,第一时间受理此案。经询问调查,这批反映诉求的农民工,除有在辖区某项目做外墙保温工作的工人,还有在榆次工地工作的工人。该项目甲方为太原保利林语房地产开发有限公司,承建单位为山西鑫华泰建筑装饰工程有限公司,劳务分包单位是太原市晋

源区凯锐劳务服务部,劳务单位负责人徐某带领这30余名重庆籍农民工在保利西湖林语小学、保利西湖南林语68号、榆次工地三个项目工作。承建单位按照合同约定已支付给劳务公司工程款,但劳务公司将保利西湖南林语项目的工程款用于了支付榆次项目的工人工资及其他费用,造成部分工人欠薪。

办案人员联系实际,第一时间与当事双方展开沟通,为其详细讲解相关法律法规和劳动保障政策。至当晚11时,双方未能达成一致意见。翌日,区人社局办案人员继续引导双方进行沟通,化解突出矛盾,终于达成一致意见,其中85万元工人工资先由总承包单位代发,现已全部给付至讨薪农民工。

网购发生纠纷 律师教您维权

电池“换新”仅指换“新电芯”

案例回放:罗某在某网络平台开有网店,从事某品牌电动摩托车锂电池销售经营活动。他在销售商品时对外宣称,商品“签收15天内支持免费退换货,半年内质量问题换新,两年保修”。齐某在罗某的网店购买了前述的锂电池,使用3个月后发现充电不满等问题,要求罗某按销售承诺为其更换新电池。罗某经检查确认,交付的锂电池确实存在质量问题,同意为齐某更换“新电池”。更换“电池”后,齐某发现电池仍存在同样问题,通过平台与罗某协商。罗某明确,此前并未给齐某换新电池,仅更换了电芯,并以销售承诺中的“换新”仅指换“新电芯”为由,拒绝更换全新电池。齐某因此投诉至消协,要求罗某退还已支付的商品价款。

律师陈潇介绍:罗某在销售案涉商品时,通过商品网络详情页对齐某作出

承诺,所售商品“半年内质量问题换新”,按普通消费者的通常理解,此处的“换新”应指电池整机换新,而非构成电池组成部分的零部件换新。罗某在销售商品存在质量问题的情况下,拒不按销售承诺履行更换义务,已构成违约,其违约行为已致合同目的无法实现。按照消法第二十四条规定,“经营者提供的商品或者服务不符合质量要求的,消费者可以依照国家规定、当事人约定退货,或者要求经营者履行更换、修理等义务。没有国家规定和当事人约定的,消费者可以自收到商品之日起七日内退货;七日后符合法定解除合同条件的,消费者可以及时退货,不符合法定解除合同条件的,可以要求经营者履行更换、修理等义务。依照前款规定进行退货、更换、修理的,经营者应当承担运输等必要费用。”

电池“换新”仅指换“新电芯”;预订客房,到店后发现“货不对板”,遇上这类网购消费纠纷咋维权?11月10日,北京天驰君泰(太原)律师事务所专职律师陈潇、国浩(太原)律师事务所专职律师史小杰以案说法,为您支招。

预订客房“货不对板”

案例回放:消费者王某在携程网支付1280元订购酒店房间,到店后发现环境较差,与宣传图片不一致,要求商家退款未果,遂投诉至消协。经过沟通,酒店退还了消费者订购酒店的房费。

律师史小杰介绍:消法第二十条规定,“经营者向消费者提供有关商品或者服务的质量、性能、用途、有效期限等信息,应当真实、全面,不得作虚假或者引人误解的宣传。”消法第四十五条规定,“消费者因经营者利用虚假广告或者其他虚假宣传方式提供商品或者服务,其合法权益受到损害的,可以向经营者要求赔偿。”此案例中,酒店的行为违反了消法有关规定,应当承担相应责任。在此,提醒消费者,网购看到实物后,要与网络信息进行比对,如果信息不符可保留证据(图片和聊天记录等),及时与经营者协商,协商不成可以向消协或行政部门反映。记者 霍铮 李晓琳

短评

承诺不得有“歧义”

霍铮

电子商务经营者兑现对消费者作出的有利承诺,既是对交易双方协议约定重要义务的履行,更是经营者诚信经营的重要体现,承诺内容不得有“歧义”。电子商务经营者的承诺是向消费者作出的,一般应以普通消费者能够理解的方式进行表达,当消费者对其中某些用语的理解与经营者的理解不同时,应以交易时普通消费者的通常理解为标准进行解释,以强化对消费者权益的保障。