

利好政策接连发布

激活家居消费“一池春水”

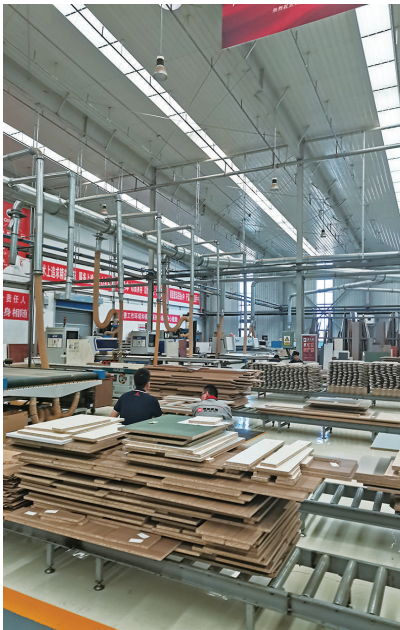
开展“家居焕新消费季”活动,打造“绿色时尚美居”“健康家居”等消费场景,释放家居消费潜力,巩固消费恢复势头……利好政策接连发布,搅热家居行业消费“一池春水”。业内认为,多项利好政策落地对家居企业而言是一剂强有力的“提振剂”,对企业恢复产能及销量的信心具有强力提振作用。

市场热度与天气媲美

夏季是装修的高峰期。近日,记者在居然之家、黎氏阁、红星美凯龙等多个家居卖场发现,众多品牌都加入了旺季促销大战,各种促销的横幅和优惠活动被摆在各个展台最显眼的地方,卖场内客流明显增多。

“入夏之后,市场活力更加旺盛。特别是周末,从早到晚,来店里的客户都不少,积压的家居消费需求正在释放。”做家居定制的王先生感觉市场热度回归明显。正在挑选沙发的陈立说,她今年年初开始装修新房,“从3月到现在,我基本每个周末都会来卖场选材料、定材料,感觉人流量是越来越大了。”

市场回暖,早有迹象。今年开年后,家居卖场、软体家居品牌、装修企业等多个行业迎来市场回暖潮,客流、销售成单等核心数据也增长显著。奇美家居负责人李旗告诉记者,疫情过后,奇美家居销售业绩迅猛复苏,销售业绩上涨30%。“订单量持续上涨,生产车间快马加鞭,工人们每天都在加班加点。”根据《2023中国春季家装消费趋势洞察报告》显示,今年春季,超五成人群有家居家装消费计划,消费者对家居品质要求进一步提升及改善型装修需求日益增多,推动主要商圈和主流卖场的消费热度显著回升。



家居厂加班加点赶制家居产品。

老旧小区成发力关键

家居是居民大宗消费之一,涵盖家具、家电、卫浴、装饰等一系列和居室有关的产品,家居消费是未来消费的新增长点之一。近日,商务部发布《商务部等13部门关于促进家居消费若干措施的通知》,其中提到要打好政策组合拳,促进家居消费的政策要与老旧小区改造、住宅适老化改造、便民生活圈建设、完善废旧物资回收网络等政策衔接配合、协同发力,形成促消费的合力。《通知》的出台是释放家居消费的“及时雨”,既迎合了当下的新消费需求,又可缓解消费者的支出压力。

老旧小区改造和住宅适老化改造牵动千家万户,成为居民改善居住的重要方式,将成为家居产业的重要目标市场。太原老旧小区有3000多个,目前的改造正在如火如荼地进行中,新生的消费市场正在壮大。业内人士分析称,《通知》把家居消费和老旧小区改造等工作进行了结合,对于后续老旧小区改造等工作具有非常大的启发意义。从目前老旧小区改造的过程看,往往会带来比较大的家居消费需求。

拉动产业链效果显著

家居消费涉及领域多、上下游链条长、规模体量大,有类房地产的特征,又没有房地产的金融杠杆,属于纯消费领域,对经济恢复的拉动是明显的。采访中,记者了解到,在家居消费市场,伴随着智能化、绿色化、个性化的崛起,定制家居、全屋整装成为消费者的主要选择。

尤其是在整装大家居趋势下,企业通过产业链延伸布局,从家装设计、主体拆改、水电工程、泥瓦工程、油漆工程、辅材购买、主材购买、安装工程、检测保洁再到家具、家纺、家电等,全部打通,增大利润,简化供应链环节,为消费者提供从设计、施工到验收售后的一体化服务,提供一站式采购。消费者无需为采集材料在多家厂商间比价、东奔西跑,只需对接一家整装公司,省时省力。

“装修一套完整的家所需要的品类,从建材到家具、软装,都可以纳入到家装的全链条之中。”李旗表示,整装是装修公司根据消费者对家的整体装修需求,将设计、施工、辅料、主材、定制、家具软装等装修要素产品化,以平方米或者单套报价,负责售前、售中、售后的整体服务。整装包含了太多产业链条,消费拉动力效果明显。

记者 贺娟芳 文/摄

点对点走访 解决企业难题

强化政策支撑、开展针对性服务、建立长效机制,小店区黄陵街道今年积极开展入企服务工作,以实际行动为辖区企业提供全方位的支持和帮助,加强与企业之间合作共赢,促进经济发展和社会治理创新,持续助力优化营商环境。

为加快推进重点转型项目早落地、早开工、早建设、早投产、早见效,黄陵街道以集中入企服务为抓手,帮助市场主体办实事、解难题,持续助力重点企业提质增效、营商环境优化。出台《黄陵街道办事处领导干部包保重点转型项目及重点企业工作实施方案》《开展入企服务细化工作方案》等文件,释放企业潜力潜能和动力活力。

今年以来,街道工作人员进企业点对点走访,倾听企业心声、了解实际情况,一起研讨解决企业难题,鼓励企业抢占先机。走访中,对企业生产经营、人员合同

等情况进行全面摸底,并向企业宣讲相关政策,梳理企业诉求,沟通周围社区并链接资源,及时解决汇众汽车家园员工提出的租房难问题。目前,走访规上企业50余家,涵盖批发、零售、工业、服务业等行业。

“我提出希望多搞一些统计表格的相关培训,真没想到,几天后街道联系专业人员来企业免费为我们讲课了!”山西协策企业管理咨询有限公司负责人感慨地说。黄陵街道专门成立了入企服务办公室,设立小分队,确保重点企业每月入企一次、所有企业每季度入企一次,形成定期汇总、上报的长效机制。建立入企服务台账,围绕设置的16项内容对企业持续跟踪。如针对汽车销售企业提出的汽车补贴及新人统企业专业知识欠缺,餐饮企业提出周边客流量小、优惠政策执行流程复杂等问题,经工作人员联系区商务、统计等相关部门协助,逐一获得解决。

记者 王丹

征信记录能“修复”和“洗白”?

别信,是骗局!

近来,部分金融消费者在办理贷款、信用卡时,发现自己的信用报告上有过逾期记录,影响到了业务审批通过。在短视频及新型社交平台看到所谓“征信修复”“征信洗白”的宣传广告时,就寄希望于这些非法中介能够帮助自己修改逾期记录。山西省处置非法集资领导小组办公室8月9日发布提示,不法分子打着“征信洗白”“征信修复”旗号进行诈骗的案件时有发生,市民要提高警惕,避免上当受骗。

征信出现不良记录,可能会影响到贷款、信用卡等银行业务审批。为了“洗白”不良征信,花钱找中介“做流水”,最后不仅没有做成,反而可能连花出去的钱也要不回来。就此,省处非办发布了一起典型案例:张某因疏忽导致贷款逾期,找银行咨询、沟通,寻求删除不良记录未果后,在网上找到一家“征信修复”机构,并按该机构的要求将1万元定金、一张自己实名办理的手机电话卡和一张银行卡交给这家机构,约定事成之后再付2万元。一个月后,该机构告诉张某征信逾期记录已成功修复,要求张某付清全部余款。张某随即将事先承诺的余款转给该机构。但是,当张某查询信用报告后,发现有关信息根本没有修复,于是找“征信修复”机构讨要说法,才发现对方已经把自己拉黑。

据介绍,目前“征信修复”骗局主要有三种套路。

套路一:收取高额费用后跑路。此类骗局多利用公众急于消除不良信用记录的心理,以及对“征信修复”概念的误解,以“征信修复、洗白、铲单”“代理、咨询”等名义发布广

告、办理业务,教唆信息主体用“非恶意逾期”“不可抗力”等理由或伪造证据材料进行投诉,借机收取高额代理费用。不法分子通常会在不良信息修改失败后不予退款或直接失联。

套路二:征信培训、加盟诈骗。此类骗局通常以征信市场需求量大、有前景为由,谎称教授“征信修复”技巧开办培训班,通过招收学员、加盟代理等形式,广泛发展下线,实则为骗取加盟代理费。所谓培训的核心内容就是教人通过伪造证据欺骗金融机构,试图达到删除逾期记录的目的。

套路三:骗取个人敏感信息。此类骗局在办理“征信修复”的过程中,要求信息主体提供身份证件、银行卡号、联系方式等重要敏感信息,不法分子通过泄露、倒卖个人信息等方式获利,甚至利用这些信息冒名网贷,危害信息主体人身及财产安全。

个人征信被称为消费者的第二张身份证,对于消费者来说非常重要。为维护消费者权益,省处非办提醒,非法中介通过批量制造投诉材料、流程化包装等手段开展所谓“征信修复”业务,拿钱跑路、欺骗金融消费者的情况比比皆是,不仅损害了金融消费者的经济利益,也会导致个人敏感信息泄露,甚至可能引发法律风险。

另外,征信领域不存在“征信修复”“征信洗白”等说法,不要将“征信修复”与“信用修复”混为一谈。目前所有征信法规、文件制度中均无“征信修复”的概念,切勿轻信网络虚假宣传,误入诈骗陷阱。凡是声称合规的、收费的“征信修复”,都是诈骗!

记者 梁丹 马向敏

“我的消费故事”征文之二七二

如此快递投送需整改

讲述人:春潮

近日,在网上买了一个手机壳,物件不大,添堵不少。

事情过程是这样的。首先,派送地点搞错了,明明我住的小区就有菜鸟驿站,我写的接收地点也没错,可派送员却把货送到离我家2公里以外的另一个菜鸟驿站,我已是70多岁的老人,手机操作不太熟练,打了几次派送员的电话也没联系上。无奈,心想着反正有地址,那就去那个菜鸟驿站自行车把东西取回来。

未料,事情没有想象的那么简单。我手机收到的短信明确写着某小区某栋楼,但我按地址找却没找到。那个小区很大,绕了好几圈,也找不到那个地址。又几次打听,终于有了一个比较确切的信息,直奔那个菜鸟驿站。谁知还是扑了个空,开门的人告诉我,菜鸟驿站换地方了,具体在哪儿不清楚。一筹莫展时,几位热心人给我指出了方向,找到了那个菜鸟驿站,终于拿到了手机壳。

此事让我感触挺深,派送员在派送过程中应该细心再细心,不要将麻烦留给消费者。另外,如果

菜鸟驿站地址有变,应及时在网上更改,别让消费者跑冤枉路。

李晓琳 编辑整理

编后:取个快递,一波三折,谁遇上这样的事心里也不舒服,此事暴露出了快递行业当下仍存在的一些弊病。首先,未经消费者同意将货品放进菜鸟驿站,实则不该;其次,发生问题联系派送员时却联系不上,给消费者带来麻烦;最后,因快递投放地址有误,让消费者取件费尽周折,这些均不应该让消费者来“买单”。规范行业制度,打造过硬服务,保障快递业健康发展,真正做到服务大众,被消费者认可,还有许多细节需注意。

征稿启事:消费纠纷、消费疑惑、消费心得,您均可“现身说法”,内容突出故事性,800字左右。投稿方式:稿件寄送至新建路78号太原日报社新闻采编中心群工部“我的消费故事”栏目;邮箱:tywbxl@163.com,联系电话:18303412315(微信同号),本栏目长期征稿,欢迎赐稿。