

“百万网友点赞3·15”活动

# 网络大咖齐聚星报 论剑3·15消费维权

共话“新消费,我做主”,寻找诚信的力量



□葛婷 李梦祝 记者 王伟 祁琳/文 周诚/图

一年一度的3·15消费者权益日即将到来,新修订的《安徽省消费者权益保护条例》也将于3月15日正式实施。3月9日,由市场星报主办的“百万网友点赞3·15活动”座谈会在省城黄山路时代数码港举行,数位网络大咖齐聚一堂,论剑3·15消费维权,共话“新消费 我做主”,围绕当前热点消费问题进行讨论,旨在树立消费者优先理念,引导科学理性消费,提倡依法维权。



## 合肥市房地产协会副会长 李慧秋 社会发展消费观日新月异

李慧秋介绍,全球经济形势处于下行,要树立一个新的消费点来促进我们国家新的热点,消费是一个新的支撑点,今天的消费和以前的消费不同,从生存向发展形发展,从商业形向服务形发展,由传统形向科技新、智能形发展,由模仿形向多样化、多层次化消费转型。

李慧秋着重就房地产消费谈了自己的观点,房地产业的新消费体现在,向个性化、新的需求发展,从前的房子是由小到大,现在是到好房子,到个性化需求强的房子,从基本生活保障到更高层次的提升,房地产消费也在不断提升,不光是绿色问题,更多的是智能化管理水平等。

现在的消费除了消费者优先之外,选择性也要多,除了自主选择外,还要发挥消费者的主观能动性,要有参与意识,才能使我们的企业和社会讲求公平、诚信。

市场诚信公平,法制和文化,一些企业不能趁虚而入,要健康发展,如果是过分追求利益,不讲诚信,“新消费”就会断档。



## 安徽省清源房地产研究院院长 郭红兵 制定相关机制维护“新消费”

郭红兵对“新消费”的“新”理解有三个,首先在消费结构上,时代在变化,消费结构也在发生着巨大的改变,加上这是一个多元化的时代,人们愿意为任何一种消费付钱。再者在消费方式上,摒弃了传统的消费方式,现在更多的消费产品加了“文化”元素,使产品更具人性化。另外随着互联网的发展,网络消费比重日益增加,这对于实体经济的冲击是巨大的,促使实体经济转型,也会带来更方便、舒适的消费方式。最后是消费层次上的新,产品档次不同也会引起不同的消费者进行消费。

“网络话语权也在一步步改变着消费。”郭红兵表示,单靠自媒体去维权,是不大现实的,这就需要制定相关的“机制”去维护。而“3·15”就是一个很好的机制,通过这种方式,政府及时更新规则、企业提高自己的信用等级、各种媒体最大化的发挥舆论监督,帮消费者发声。



## 时光流影平台运营总监 王志海 消费和维权联系日益密切

王志海说,自己常接触到食品安全类问题,“在这个消费新时代,消费和维权联系日益紧密。食品安全问题不计其数,如果媒体不去进行曝光,消费者会一直受到伤害”。

王志海称,这就需要媒体为民众发声,维护消费者的合法权益。挖掘新闻内在,抓住根源,全面披露全过程。“就像前段时间,安徽曝出某知名坚果公司存在安全问题,这个问题虽被曝光,但更多细节性的问题没报道,实质性的问题还亟待解决。媒体的作用不仅仅是曝光事件,更需要静下心来去报道,不是单纯的‘炒作’。”

只有当媒体和消费者联系在一起,才能更好的帮助消费者维权,尽管微博等自媒体作为民众的一种重要的发声途径,但更多的声音“石沉大海”,消费者很难为自己维权。所以迫切需要媒体加强与大众的沟通,为民众发声,扩大媒体影响力,倡导正能量,做合格的意见领袖。



## 名匠科技董事长 张介飞 精准定位消费者的需求

作为“技术”大咖,张介飞和大家分享了自己在科技上对新消费的认识。“在时代快速发展的今天,当一个理念表达出来之后,如何去实现是一个问题。‘新消费、我做主’这个理念的提出,要求我们更加关注百姓需求。”

加强平衡的供给,这需要一个敏捷的社会机制来响应。“在‘敏捷社会’中,要充分挖掘人的需求,精准定位,从而为消费者提供更好的服务。在敏捷性的社区,这种供给将更加高效率。”

当今是互联网时代,我们更会偏向于用一种互联网思维来思考问题。现在生活的

方方面面都充斥了“人工智能”。这些人工智能能为大企业服务,会让企业的成长速度加快。但与此同时,问题也出现了。就拿身边的各类APP来说,某订餐APP在经过快速成长后,发现自己对于消费的服务要远远落后于自己成长的速度。经常是订完餐之后,一个小时后餐点都不一定会送到。

而这种现象的发生不仅伤害了消费者,也给企业带来很大的伤害,这也是需要社会反思的地方。“企业做大后,我们更需要对消费者负责,不能做伤害消费者利益的事,企业更要记住专业的人做专业的事”。



## 奔色旅行网总经理 朱玉宝 引导消费者需求,让消费回归理性

“不少消费者对国产商品产生质疑,转而选择国外产品,其实国产商品中不乏优秀的产品。”奔色旅行网总经理朱玉宝说,对于部分国人疯狂抢购国外产品的热潮,他认为存在消费导向问题,即信息不对称供给。媒体需要及时提供相应信息,并对消费者进行引导。

对于本次3.15“新消费,我做主”的主题,朱玉宝认为,新消费的“新”主要体现在消费者需求品质的提升,同时“我做主”是供给侧创新不足的表现。

朱玉宝以中国近两年兴起的马拉松热

潮为例进行说明,当某种新消费普及后,人们不仅仅满足于能够进行此类消费,转而对消费提出更高的品质要求,这时供给方应主动寻求产品创新,细分产品生存空间,进行“供给侧”改革,满足消费者的需求。

同时,部分消费者消费缺乏理性,盲目购买国外产品和名牌,而不考虑实际需求和承受能力,这样的消费主义背离了消费的本意。消费主义与实用主义是媒体与产品的供给者需要考虑的问题,消费者、商家、媒体和政府应合力进行导向宣传,引导消费者回归理性消费。



## 市场星报副总编辑 程局新 任何奖杯不如消费者的口碑

市场星报副总编辑程局新表示,现在报纸与网络的互动,是传统媒体与现代媒体的结合。关于新消费讨论的各种观点,最终都需要消费者用话语投票。

无论是怎样的消费最后都要聚焦到产品上来,产品要聚焦到品牌上来,品牌是否是真实的、优秀的、诚信的。程局新认为,在今天,每个人都能通过网络发声,说出自己对某产品的质疑,引起网友的关注和共鸣。一呼百应,百万网友的力量就更不能忽视。

落实到座谈会的主题,他总结,金奖银奖不如百姓的夸奖,金杯银杯不如百姓的口碑,这赞那赞不如网友的点赞,千赞万赞首推大V的点赞。



## 万家热线副总编辑 张伟 聚焦传统消费,不忘关注新消费

张伟表示,当前出现了很多类型的新消费,如微商朋友圈代购等,微商本是一种建立在移动社交上的信任经济,电商利用朋友圈对产品进行推广,同时,微商也成为许多投机分子行骗的平台。这样的新消费老百姓无法做主,需要媒体进行权威的调查和引导,帮助老百姓认清和了解。

随着经济条件改善,很多人选择购买高档商品。几天前,一位消费者在购买进口车后发现车有问题,而且是二手车,但经销商不愿处理。无奈下求助媒体,在媒体的跟踪、调解下更换了新车。但同样的问题如果发生在微商这样的新消费中,消费者维权的难度会大大增加。因此他希望媒体能更多关注新消费,帮助消费者了解新消费,让新消费群体的权益得到保障。



## 蜜蜂公社培训讲师 周骏 重视消费者在社交媒体上的声音

“社交媒体的出现很大程度上影响了人们的生活。”周骏说,社交网络让消费者的行为习惯发生了很大变化,依托于强大的社交网络,消费者有了更强的参与感。一些企业让消费者参与到整个产品的生产决策中,使产品能更好的满足消费者的诉求。这样的改变让消费者乐于使用话语权,发出自己的声音。

社交网络还对企业产生了重要影响,企业越来越重视消费者在社交媒体上的声音。社交网络还让企业有了发声渠道,通过社交媒体的平台,企业进行宣传和公关,使得消费者对企业有了更深了解。

此外,周骏还指出,一些互联网产品更注重了解人们的行为习惯和细节,不要盲目尝试改变人们日常惯性的行为习惯。



## 安徽文一地产销售副总监 邱胜华 企业应在利润与口碑间平衡发展

在安徽文一地产销售副总监邱胜华看来,企业对社会的最大责任有两方面,一是企业要长久生存下去,获得利润,对社会缴纳税收;另一方面对自己的客户提供好产品,回馈客户、员工和社会,获得消费者的好口碑。

利润与口碑存在一定矛盾,但企业需要处理好二者关系,一方面,合法经营,获取正当的盈利;另一方面,以消费者为导向做不同层次最好的产品,尽可能满足消费者的不同需求,在平衡中寻求发展。

邱胜华说,消费者的消费应该建立在本人的幸福感之上。品牌的影响是巨大的,而且品牌是可持续性的,消费者在消费过程中应尽相信正规渠道,相信品牌,尽可能选择有保障的品牌性消费。