

网购热催生“抄码族”

记者 朱哲 实习生 胡永志



视点

随着网购越来越火,催生了一个新的群体——“抄码族”。他们在商场看好喜欢的商品后记下货号,然后在网上购买,价格往往要比实体店便宜一小半。

咸宁“抄码族”现状如何,实体店如何看待顾客“抄码”,专家如何解析“抄码”现象,记者日前进行了采访。

抄码族队伍不断壮大

记者在城区的一些超市、商场内发现,抄码族可谓随处可见。

在市直某单位上班的赵静就是其中一员。以前她酷爱逛街,但自从学会了网购,就很少在实体店消费了。她的经验就是,把看中的衣服拿来试穿,然后在试衣间用手机偷偷记下型号,回去后在淘宝网上查找同款,如果价格便宜且是正品就立即拍下。春节前,

赵静通过“抄码”,在网上拍下了一件羽绒服,一下就省了300多元。

市民阮奕早在2000年就开始在网上购物,到如今网上消费已经超过10万元,家里大到空调、冰箱,小到茶叶、水杯,都是他网购来的。他认为,大部分商品在网上销售都会价格更低,而且网购还能节省逛街时间,对于上班族来说,网购会是一个很好的选择。当然,如果要购买电视、电脑等贵重物品,阮奕也会选择去实体店“抄码”,通过比较再来决定是否网购。

家住温泉路的杨丹也是网购达人。杨丹说,她现在逛商场主要是“抄码”,看到合适的商品就速记下来,然后上网购买,既能够买到正货,还省钱,“不排除有人喜欢刷卡后拎着大包小包走出商场的感觉,但大多数人都愿意花最少的钱买喜欢的东西。”

记者了解到,“抄码族”以年轻人居多,他们的目标从最初的小饰品、服装,到目前的手机、家电,包罗万象,且呈逐渐扩大趋势。

实体店出招严防抄码

记者通过调查发现,各大商场和专卖店几乎都遇到过只试不买的“抄码族”,这也直

接导致导购员们销售业绩缩水,但由于没有明文规定不准顾客“只试不买”,所以也只能忍气吞声。

李芳是购物公园某服装店的导购员,所在专柜以经营女装为主,每天都会遇到至少四五个“试衣党”。她说,经常碰到“抄码一族”,她们有时用手机拍照,有时会询问货号,我们服务态度不能因此而怠慢,为此很是纠结。

为了提防“抄码一族”,商家们也开始想出了应对招数:如城区一些专卖店剪掉货号牌或用胶皮将货号遮挡起来;有的商家要求售货员贴身跟随顾客,发现拍照及时制止;一些品牌厂商甚至还加大对代理商的管理,如,限量销售新款服饰,限制商品在网上流通。

尽管各有高招,不少品牌实体店仍难挡销量下滑的颓势。某品牌导购对记者说,网上购物对实体店的冲击很大,特别是“抄码族”的兴旺使得专柜销售大受影响,以往新款上市销路很好,现在即使促销也乏人问津,销售人员的收入也因此下滑。

抄码促使商店标价正规化

“网店和实体店的价格差是一种正常的

市场竞争行为,他们存在着各自的优势,从而能够吸引更偏向自己的消费群体。”湖北科技学院经管系的副教授杨纯新认为,随着电子商务的发展,未来消费方式可能更偏向于网购,而越来越多的人从传统消费方式到电子消费的转变,实际上是市场调节的结果。

杨纯新说,“抄码族”将实体店商品的信息记录下来与网上的商品进行比对,这样更有利于他们识别网上的商品是否为正品,这种行为的最最终结果可以使正规网店在电子商务的浪潮中占据主导地位。

同时,“抄码族”通过商品线上、线下价格的比对,使得实体店价格虚高的商品“无处可销”,这种行为的最终结果可以促使实体店标价日益正规化。

杨纯新表示,目前的电子商务还是风险与利益共存,网购模式存在着诸多漏洞,使得很多不法分子有机可乘,不管是对商家还是买家,都是很大的威胁。

他认为,“抄码族”的出现是一种降低消费风险的自我保护行为,商家实体店只有发挥自身优势,从消费者角度出发,积极参与市场竞争,才能赢得利润。

消费维权也有捷径

○ 舒爱民

人人都是消费者,但不是每一个消费者在自己的权益受到侵害的时候都愿意去维权、都能及时维权。为什么?因为凭一己之力维权太难,从而大多数维权流于“愤愤不平”、“说说而已”的形式,进而使各类侵权行为有恃无恐,成为家常便饭而恶性循环。

那么,怎样维权才能取得实际效果呢?其实有些“捷径”可走,不妨试试。

一靠协商。消费者维权协会是一个具有半官方性质的群众性社会团体,它的职能和作用就是对商品和服务进行社会监督,保护消费者的合法权益,引导广大消费者合理、科学消费,促进市场经济健康发展。如果我们遭遇侵权,第一反应就是去找协商,一般情况下他们都能够发挥取能优势,依法对投诉事项进行调查、调解和处理。

二求媒体。新闻媒体是党和人民的喉舌,也是社会监督的最有力武器,加之其调查能力、传播手段和反馈方式的独特性,往往容易造成更为广泛的社会影响,达到及时有效解决问题的目的。假如我们在遇到消费侵权而又无法通过正常渠道维权时,可以借助媒体的力量,往往有意想不到的收获。

三找公安。消费无处不在,侵权也防不胜防。有时我们被侵权了,不能及时与消协、媒体取得联系,那么最佳的办法就是找公安机关。虽然他们的职能不是维权,但他们是执法机构,维护正常的社会秩序和主持正义也是应尽之责,通过他们也许可以第一时间避免侵权行为的继续发生,或者取得相应的证据为解决难题赢得条件。

四联公众。常言道:一人为私二人为公。自己被侵权了如果没有足够的证据,假如有其他目击者或者受害者的证词、关联证据,则人多势众,采信的可能性也大得多。所以,我们要尽可能的采取联合、同盟的方式去维权。一般商家也知道“众怒难犯”的道理,客观上有助于问题的解决。



消费热线

通山工商查获冒牌饮料

本报讯 通讯员吴泽顺报道:两瓶饮料,一样的名字,一样的包装,可是其中一瓶口感差得多,这瓶口感很差的饮料是被通山县工商局公平交易分局查获的“李鬼”。

近日,通山县工商局接到市民陈某举报,称其在某个个体户花7元钱购买的“XX”鲜橙多与知名商品“统一”鲜橙多的外包装相似,但是喝下去口感却不同,感觉上当受骗了。

该局公平交易分局根据举报信息开展调查,经查:该鲜橙多在外包装上几乎全部模仿“统一”鲜橙多,外包装的颜色、文字、图形,足以使消费者误认误买,危害严重,构成了擅自销售与知名商品相近似的包装装潢行为。工商执法人员当即采取行动,对尚未售出的20瓶价值140元的假冒鲜橙多全部予以没收。

该分局顺藤摸瓜,挖出了藏在背后的生产厂家,实际为位于荆州的某饮料厂,分局根据相关法律法规对厂家进行了相应的处罚,有力维护了消费者的合法利益,保证了正常的市场经济秩序。



新款春装热卖

20日,顾客正在商场选购新上市的春装。随着天气回暖,不少商家推出的新款春装开始热卖。

记者 程慧 实习生 黄凡倚 摄

车饰 劲刮“安康”风

记者 王莉 见习记者 孔伏波 实习生 赵晓丽

新交规实施后,越来越多的车主在购买汽车配饰时,不仅注重时尚个性,而且还针对新交规选择具有便捷、时尚、健康功能的配饰,汽车配饰圈由此刮起安全、健康风潮。

便捷蓝牙安全驾驶

“新交规实施后,驾驶时用手机打电话要扣3分,开车接电话只能用蓝牙耳机了。”18日,市民赵先生在数码港挑选蓝牙耳机,以应对被称作“史上最严”的新交规。

据了解,新交规施行以来,蓝牙耳机、导航仪及充电套装等车载用品销量大增。据数码港潮流手机柜台销售人员介绍,以前一个月只能卖出去两三个蓝牙耳机,现在一天就能卖出两三个。有的手机店甚至因此卖断货。

网店蓝牙耳机也销售猛增,从交易量上看,淘宝网最近一个月就卖出蓝牙耳机20万件。不仅销售火爆,其价格也在不断上涨。在京东商城,蓝牙耳机的价格从几十到上千不等,其中多数已显示无货,价格相比两个月前呈整体上涨趋势。

除了蓝牙耳机,其它车载产品销售也看涨。“卖了三年,从来没有像现在这么火。”某网店掌柜在状态栏上写道,单价80元的即插即用型车载蓝牙电话,近一个月卖出了近

3000台。同时去4S店安装导航、蓝牙一体机的车主也是络绎不绝。

个性车贴警示安全

家住岔路口的80后女孩李芳正在一家饰品店里挑选车贴。“刹车,在哪儿呢?”、“做一个徘徊在牛A与牛B之间的人”、“新手驾驶,擅长急刹,请多包涵”……各种个性车贴让李芳眼花缭乱。

对于像李芳这样的年轻有车一族来说,汽车贴纸成了他们彰显个性的途径。搞笑幽默的车贴让车途增添几许欢笑,安全得到一些保障,更能表达所思所想。

记者在中商百货一家精品店看到,车贴主要分为新手贴、提醒司机谨慎驾驶的爱心贴、搞笑个性贴三种,每张车贴上面除了汉字还配有相应的卡通人物,形象可爱。每张车贴价格从几元到二十几元不等。除了各种已经是成品的车贴,车主还可以根据自己的需求来创作,然后请专人来制作。

除了一些特色车贴,特别定制的汽车拉花也为很多车主所钟爱。与此同时,贴饰“壁虎”悄然爬上车的后备箱,车灯也“长”出了长长的眼睫毛。个性,在整个城市弥漫开来。

然而,需要车主们注意的是,一切的个性车贴都应以车辆的安全驾驶为前提,贴对位

置是关键,乱贴或将受到惩罚。

炭包祛除车内异味

“才买的新车,味儿太重了,都不敢让孩子坐!”正在车爵士汽车美容养护中心做除味保养的饶女士抱怨。浓重的“新车味”让不少车主在购买新车时感到头疼,快速去除异味成了车主们的必修课。

竹炭包成为祛除异味的首选。据了解,竹炭具有很强吸附能力,同时还能够除湿,竹炭芯需要定期晾晒,在使用一段时间后,放在通风的地方蒸发湿气,散发它所吸附的有毒物质,然后又可以继续使用,从性价比和健康的角度来看,竹炭包都是非常不错的选择。

记者从桂花路某汽车美容养护中心了解到,春节期间,竹炭包非常热销,目前店里的货已经卖完,购买的多为新车车主,而空气清新剂、车用香水等,热度远不及竹炭包。

其实,不论新车旧车,通风换气,放置竹炭包都是健康之举。天气寒冷时,车主难免长期关窗开暖风,这对车内空气有一定影响。为了保证车内空气质量,车主们不妨给爱车内部多放几个竹炭包。

据了解,一些追求时尚的车主们则更愿意去网上淘一个自己喜欢的“个性炭包”。把活性炭包做成各种卡通人物,或是将小狗小



琳琅满目的各类车饰

熊之类的布艺玩具中塞进活性炭芯,或者坐垫和抱枕棉芯中也可塞入一些竹炭颗粒。这样一个小小的竹炭包不仅净化了车内空气,还能够装饰爱车。

“中国红”系列内衣热卖

本报讯 实习生赵晓丽报道:近日,记者走访部分服装卖场、购物街区,发现本命年“红色经济”仍然“大行其道”。“中国红”系列的内衣裤、腰带、鞋垫、帽子等持续热卖,多家内衣店大打价格战,以7至8折的价格优惠吸引顾客,外衣系列更是折上又折,“买一送一”夺人眼球。

本命年穿红是我国由来已久的传统,大家认为穿红可以消灾聚福,当然更多的时候是为了图个喜庆,寄托自己对本命年的美好愿望。所以每至本命年都会有相对固定的消费人群催热红色经济。

今年24岁的张洁就在购物街一家内衣店与商家讨价还价:“老板,折扣能再低些吗?我直接拿两套换着穿。”张洁说,本命年有红红火火的好心情,好运就会频频眷顾。

记者注意到,在本命年红色服装热销的同时,商家不忘自身商品的质量和设计。内衣店秋衣秋裤很多都是手感柔软、悬垂性好、吸湿性能好、透气性能优的莫代尔材质,竹纤维、纯棉材质也分庭抗礼。内衣款式上也更具设计感,添加了很多当季的时尚元素,让顾客更加爱不释手。

本命年红色经济大热之外,记者看到武商量贩的饰品店也门庭若市。店员告诉记者,很多顾客都希望佩戴饰品能给本命年带来好运,千足金、金镶玉吊坠、翡翠吊坠都深受顾客的喜欢,造型很萌的蛇形首饰也卖势不错。



购物街