

商家热情依旧,消费者渐不买账

“金九银十”显疲态

零售业期待新玩法

1 促销活动多 效果不理想

“每年9月、10月是实体零售企业最重视的销售旺季之一,‘金九银十’期间能否成功冲量,对一家零售企业全年的业绩有很大影响。”我市一家家电卖场的销售经理孙辉说,从今年9月开始,店内连续开展了三四场促销活动,中秋节、国庆节假期的常规促销活动使得店内销售额出现一定量增长,但是整个9月、10月,总体销售情况与去年同期相比下降约10%。

做品牌服装代理生意的王若梅提起今年的“金九银十”也直摇头。她说,自己代理的品牌服装在市区大型商场中设有专柜,今年的秋季新品促销与中秋、国庆特惠等活动全都参加过,但9月产品销量与去年同期相比下降了5%。从目前情况来看,10月的销量能与去年同期持平就已经不错了。

“为了在9月、10月冲业绩,公司开展的一次最大规模的促销活动花费了近10万元,但效果并不理想。”我市一家运动服装连锁店的负责人说,每当有促销活动时,店内客流量激增,但真正下单的人不多。一场促销活动下来,往年业绩增幅在30%左右,而今年还不到15%。



核心提示

“金九银十”是商场等实体零售业的传统销售旺季。今年的9月、10月,商家热情依旧,不断开展各种促销活动,消费者的态度却显得有些冷漠。一些业内人士认为,“金九银十”如同缺少观众捧场的演出,已难现昔日辉煌。



2 打折常态化“含金量”不高

以往销售火爆的“金九银十”,为何会越来越落寞?有消费者认为,过去商家平日打折促销活动较少,消费者也习惯于在每年的中秋、国庆等传统假期,趁着商家开展促销活动购买商品,因此才体现出“金九银十”的价值。如今,从年初到年末,无论中国传统节日还是西方的圣诞节、情人节等,商场都会有各种形式的促销活动,所以“金九银十”逐渐被人们忽视。

“商家提供的打折产品‘含金量’低,消费者并不认可。”市民王玉坤说,频繁的促销活动对消费者而言其实并不划

3 创新服务模式 吸引消费者

“阿里巴巴能成功创造‘双十一’购物节,实体零售业为什么要守着‘金九银十’空叹?”洛阳商业联合会副秘书长付王鹏说,实体零售业商家要改变促销活动常态化的做法,没必要开展的活动要尽量取消,用省下的成本集中在9月、10月做“有力度”的促销。很多电商在“双十一”期间将平日热销的产品打五折出售,以此带来回头客、二次消费,实体零售业商家也应该薄利多销。

除此之外,实体零售业经营者需要考虑的是如何真正做好贴心服务。我市已有个别家电卖场在今年9月推出了“7天无理由退换货”服务。其实这种做法就是在打亲情牌,用更贴心的服务让线上消

算。以商场内的一些品牌服装专柜为例,每逢促销活动时,商家就会把一些热销的正价商品下架,换上一批旧款或不好卖的商品打折出售。如今的消费者越来越理性,面对这种“虚假”促销,又怎么会买账?

经常在网上网下搜罗特价服装、化妆品的冯茜茜说,实体商家的服务模式较为死板。以服装为例,如果消费者发现买到的促销商品有问题,想退货几乎不可能,最多只能按生产企业的保修规则维修;可是网上购物则不同,不仅可以送货到家,还能享受“7天无理由退货”服务。

费者重回实体卖场。

业内人士认为,市区各大商场所售的产品品牌、款式大同小异,如果靠打价格战吸引消费者,谁都占不到便宜,因此要创新服务模式。例如,我市一家大型连锁超市开设了网上商城,销售的产品与实体店相同,在“金九银十”等特定时段开展优惠活动;消费者消费满一定金额,商家还提供水果、蔬菜等商品免费送货上门服务。这样的创新做法能很好地吸引消费者关注,有效提升交易量。

本报记者 王蕾



新姜“低调”上市 老姜年底“退烧”

今年以来,国内多地生姜价格持续高涨,部分地区姜价几乎与猪肉价格持平,我市生姜价格也曾涨至每公斤22.94元。目前,我市生姜平均零售价已明显回落。不过,业内人士认为,拉低市场平均零售价的主要为近期上市的新姜,市场需求量更大的老姜价格仍坚挺。

市发改委价格监测中心的监测数据显示,近段时间,我市生姜平均零售价持续回落。上周我市生姜平均零售价为每公斤16元,与上月同期相比下降了6.94元,降幅为30.25%。

不过,记者在走访中发现,市场上各家商户所售生姜价格差距较大。

在涧东路农贸市场内,一家商户的生姜零售价为每公斤22元,而另一家商户所售生姜价格为每公斤10元。商户刘先生称,目前售价便宜的多为刚上市不久的新姜。新姜上市量比较大,而且批发价相比今年上半年便宜不少,每公斤价格为6元左右。老姜的情况则不同,由于零售商前期进货价格较高,没人愿意降价销售,因此出现姜价悬殊的情况。

“今年姜价贵得有些离谱,新姜上市后拉低市价是必然结果。”蔬菜批发商李惠民说,由于今年的姜价一直比较高,山东等地的姜农便开始大量种植生姜;再加上今年气候适宜,不少地方的生姜丰收,例如山东莱芜的生姜亩产量达到500公斤,比去年增产30%以上,近期大量新姜涌入市场,价格想不降都难。

李惠民认为,老姜才是市场消费的主流产品,尽管目前其价格居高不下,但这种情况不会持续太久。刚上市的新姜水分含量大,食用价值不高,往往需要在窖中储存一个月才能转化为老姜。现在的姜价整体水平确实降低不少,但与去年11月相比,生姜平均零售价还是高出20%左右。预计到今年年底时,市场上所售生姜的价格会降至更合理水平。

本报记者 王蕾

新闻链接

10月下旬以来多个省区市 生姜价格降幅超一成

据新华社全国农产品和农资价格行情系统监测,10月下旬以来全国生姜价格整体呈下降走势。

与10月18日相比,11月2日,生姜全国日均价格降幅已经超过5%。分地区看,超七成省区市生姜价格下降,其中,山西、黑龙江、福建、河南、海南、重庆、贵州、陕西的姜价降幅居前,均已经超过一成。

(据新华社)

洛阳·伊川

看书不跑远 听戏村大院

伊川:惠民文化送到家门口

核心提示

去年以来,伊川县进一步完善公共文化服务体系,强力推进文化强县建设,以面向基层、服务群众为出发点和落脚点,在全县组织开展了一系列“文化惠民工程”活动。活动主要包括“河洛欢歌·伊水欢歌”群众文化活动、特色文化基地创建活动、城市社区公益电影放映活动、优秀舞台艺术“五进”活动、基层文艺骨干培训活动、县级城市数字影院建设、重点文化惠民工程建设等内容。

文艺演出送到家门口

搬个小凳,喊上亲朋,近日,伊川县烟洞村的群众在家门口看了一场精彩的演出。这天,伊川县文化馆送文化下乡服务队的队员们可高兴了,他们表演的古筝演奏、舞蹈、戏曲等节目,赢得群众一阵阵的叫好声,一时间,演出的音乐声、群众的掌声、孩子们的笑声,将烟洞村变成了欢乐的海洋。

“现在县里的文化队真贴心,将演出送到老百姓家门口,这是开展‘文化惠民工程’活动、践行群众路线的好做法。”村里的文艺爱好者方世群称赞说。

看完演出,烟洞村的李小勤又来到伊川县图书馆图书流动服务点,翻阅摊放在桌子上的科技书籍。她高兴地说:“这些书籍,包括科技、种植、养殖、园艺等方面,让我们对外界的致富信息有了全面及时的了解,是群众发家致富的好帮手。”

“来烟洞送图书,是我们‘送图书下乡’的第26次活动。”县图书馆工作人员曹萍告诉记者,今年该县先后选择优秀



送文化下乡服务队在烟洞村演出

期刊400余册,送到鹤岭、白元、水寨、彭婆、鸣皋等乡镇,为群众提供阅读服务,引导群众爱读书、读好书。

送演出、送图书、送电影……如今,伊川县老百姓不用跑远,在自己的村子、自己的家门口,就可以接受文化的熏陶,成为该县开展“文化惠民工程”活动的直接受益者。

公共文化服务体系建设全覆盖

近日,伊川县鸣皋村工程技术人员正在为村民安装数字有线电视,拉开了该县农村地区实现数字化有线电视的序幕。今年,伊川县投资2400万元,对全县有线电视网络进行改造升级,计划从11月1日起至明年6月30日,对全县14个乡镇369个行政村5.5万余户有线电视用户进行有线电视数字化整体转移。

让家家看上高清晰数字电视,伊川县近年致力于公共文化服务体系基本全覆盖。

说起公共文化服务体系,老百

姓感受最深刻的要数文化大院了。大院里不仅建起了免费开放的农家书屋、文体活动室、农村信息资源共享室,还安装了照明灯、健身器材;大院内的场地也进行了硬化、绿化。夏日里,一到晚上,唱歌、健身、跳广场舞的好不热闹。

目前,伊川县已实现每村一个文化书屋,共建成353个村级文化大院。

伊川县“文化惠民工程”的“广”,除了地域上的惠及,还体现在对特殊群体和弱势群体的上门服务上。县文化馆馆长于红卫说:“今年开展的10场送文化下乡演出,有送到乡镇的,也有送到驻伊部队的。针对弱势群体,我们将节目送到敬老院、建筑工地、偏远山区等地方,让平时缺少文化生活的群众也能享受到‘文化惠民工程’的好处。”

惠民文化活动丰富多彩

音乐演奏、舞蹈、曲艺、戏剧小品、诗歌朗诵、讲故事、唱红歌、诵经典,伊川县惠民文化的丰富多彩不仅体现在表演形式多样,还有不断举办的各种书

画展出和文化赛事。

今年春节期间,伊川县举办了两场迎新春书画展。紧接着,庆六一农商银行杯少儿书画大赛、迎七一公务员书画展、十一国庆节书法展等陆续举办。今年以来,伊川县举办各类书法绘画展近20场,展出1000多幅作品。

谈到文化赛事的多,从该县国庆节前后开展的系列群众文化活动中可见一斑。

9月6日,《伊川百姓大舞台》·“2014舞动伊川”首届广场舞大赛在伊川县鹤鸣广场上启动,全县近60支广场舞队1000余广场舞爱好者参加比赛。

9月29日上午,迎国庆·度重阳“宏蕾杯”老年大型书画展在华盛商城隆重开展,展出书画作品280余幅。

9月29日晚上,“庆国庆·迎重阳”文艺会演在县宣传文化中心隆重举行。老年大学的学员为老人们表演了大合唱《祖国你好》《走向复兴》、舞蹈《家乡美》《福满农家》、歌曲《好日子》和戏曲《做人要做这样的人》等精彩的文艺节目,受到群众热烈欢迎。

10月4日,伊川县首届“声光杯”青少年器乐大赛颁奖典礼在伊河学校音乐厅举行,180余人参赛。另外,该县还分别举办了“迎十一庆重阳”体育健身表演赛、篮球邀请赛和友谊赛等活动。

下一步,伊川县将进一步加快完善公共文化服务体系建设步伐,提高公共文化服务效能,继续推进乡镇综合文化站、广播电视村村通、文化信息资源共享、农村电影放映、农家书屋等重点文化惠民工程建设,切实做好文化馆、博物馆、图书馆、美术馆、纪念馆免费开放等工作。

本报特约记者 董云兰 文/图

贴心服务 集聚人才

本报讯 近日,不论是铝产业、铸造业,还是动漫信息产业,在伊川工作的人才通过“智慧伊川”微信公众号,在收到有关“人才信息”的同时,还可与县人才办进行实时沟通。这是近来伊川县在为人才做好传统服务工作的同时,开展的又一项便捷服务。近年,伊川县综合运用多种调控手段和激励机制,缩短服务人才距离,提升服务人才水平,“项目+人才”的集聚效应初步显现。

缩短服务人才距离,调动人才积极性。伊川县在产业集聚区成立两个人才工作站,在世为集团动漫产业园建立人才服务点,在办事大厅设立人才服务窗口,为各类人才创业就业提供便利,并协调解决他们在社保、户籍、住房、医疗、子女教育、配偶安置等方面面临的问题,实行窗口受理、全程代办,将服务人才的距离缩短至“最后一公里”,以实际行动表达政府引进人才、留住人才的信心和决心。

完善“服务+协调”职能。伊川县通过对全县30余家重点企业走访调研,对人才的引进、培养、使用、奖励和管理等5个方面25个具体细节做出详细规定。县政府每年将县财政收入总量的1%(不低于100万元)作为人才工作专项资金,将县管拔尖人才的补助标准由每年的360元提高到现在的2400元,充分发挥社会荣誉和经济利益的双重激励作用,调动各类人才的工作积极性。

近年,伊川县产业集聚区累计进驻企业85家,其中规模以上企业25家;先后引进博士6人,柔性引进博士120余人,引进硕士研究生30余人,拥有高级职称人才26名、中级职称人才260余名;拥有市级以上研发中心26家,其中省级2家,建立产学研基地12个,荣获专利131项,其中发明专利40项;2013年实现营业收入242亿元,今年上半年规模以上企业实现营业收入121.6亿元,去年至今实现税收5.1亿元。

(周中强 康晓东)



开展读书交流 打造书香校园

近日,伊川县“新教育读书交流”观摩研讨活动举行,来自全县的近百名教师及家长观摩了西场小学晨诵课、读书交流示范课,并进行研讨交流。该活动旨在帮助孩子掌握科学的阅读方法,提高阅读质量,打造美好书香校园。

周中强 武小梨 摄

创建国家示范区
提升文化软实力