

“双11”来袭 你的购物车满了吗?



一年一度的“双11”购物节来了,线上各大电商促销活动正火热进行,实体商超也不甘示弱,纷纷推出各种折扣、优惠活动,助力消费者开启“买买买”模式。

商家卖力吆喝 多重优惠齐上线

近日,记者走访发现,市区的沃尔玛、大润发、新华都、中闽百汇、永辉等商超早已挂起“双11”的活动宣传海报,吸引了不少消费者进场购买。

在沃尔玛漳州印象汇店,11月1日推出“百大品牌满减”的“双11”活动,场内随处可见“买一送一”“满150元减15元”等优惠活动。“11月14日前,超2000个商品跨品类参与满99元减30元活动。”工作人员介绍,不仅如此,各个品牌还有各自的满减活动,有效期各不相同,消费者下单注意看清。如在11月17日前,农夫山泉常温饮料指定商品,满30元减6元;11月28日前,百雀羚女士护肤品指定商品,满200元减60元。

大润发(漳州店)也不甘示弱。11月2日,门口便挂上了“双11”的活动海报宣传,引不少市民驻足了解。相关负责人姚先生表示,“双11”有两波活动,第一波为“比拼双11 爆品再送券”预热活动,活动从10月20日持续到10月26日;第二波为“双11逛大润发”活动,活动时间11月3日至7日,超80个品类、超5000个单品参加折扣活动,有的洗衣液、厨房清洁剂、保暖内衣、婴儿用品等商品可享5折优惠,有的酱油、醋、整理箱、衣架等享6.8折优惠,部分袋装方便面、进口啤酒、洗护用品、厨具等也有7.5折优惠。

一年一度的“双11”活动如火如荼,各种满减、优惠券以及红包领取信息让人眼花缭乱,众多消费者期待着能以最实惠的价格买到自己心仪的商品。专业人士提醒,“剁手”虽快乐,但要多留心以下几个问题。

避免冲动消费,理性按需购买。“双11”的商品诚然有优惠,但囤货过多用不完,过期会造成更大的浪费和损失。建议大家先整理家中存货,查看保质期,按照需要购买商品,避免无谓的浪费。

谨慎直播抢购,及时留存证据。许多消费者会选择直播间下单购买商品,需要注意的是,直播购物时要选择正规

天虹商场的活动力度也不小,11月11日前,“吃喝玩乐购低至5折,叠限时购物卡折上再享9折”。多个商家推出优惠折扣活动,周生生推出黄金减40元/克、镶嵌类满1000元减200元等立减活动;百丽全场3~5.8折(部分商品不参与);耐克、秋水伊人、阿迪达斯等服饰店的部分商品5~8.5折。

提前4小时开始 “剁手”不熬夜

10月20日,各大电商通过预售优惠、直播带货、发放消费券等多种形式,吹响了一年一度“双11”的号角。为了使这场狂欢延续更久,多个电商平台不仅在“双11”的规则和玩法上花了不少心思,在面对消费者的熬夜吐槽,天猫、京东等多家电商平台还调整了预售启动时间。此外天猫、京东、抖音等多个平台推出“价格保护”服务,让消费者更加放心“买买买”。

10月20日,第13个天猫“双11”全球狂欢季开启。与去年熬夜抢东西不同的是,今年预售开始时间从以往的11月11日凌晨0点改为11月10日晚上的8点,10月20日至31日为第一波预售期,11月4日至10日为第二波预售期。在11月1日至3日、11月11日的尾款期和正式售卖期内,有跨店满减、消费券、无门槛红包等超级满减,还有每天凌晨0-1点的超级秒杀。此外,淘宝开通88VIP会员,可领总额900元的两张大额消费券,不仅能叠加跨店满减,还能再



“双11”促销牌挂满商场 林露摄

享折上9.5折。有网友调侃说,这就是“一波三折”啊。

与优惠活动一起上线的,还有“喵糖总动员”游戏,10月21日至11月9日,扔喵糖赢红包,多人组队开战,场场有红包。截至11月11日,集喵糖赢红包,喵糖赚得越多,11月11日下午2点还有机会领取49999元的超级心愿红包。

“双11”狂欢持续多年,越来越多电商平台参与到这场盛宴中。作为传统电商平台,京东的活动时间与天猫基本一致,京东也是在11月10日晚上8点提前开启“双11”,并设置了两天返场期(12日、13日)。据了解,对于年轻人关注的新品和国潮,京东今年“双11”将发布超4亿件新品,以及超7亿件国潮商品。此外,京东在App首页推出基于消费者所在地理位置,提供附近3~5公里全品类门店商品即时送达的“附近”频

道。据介绍,目前已有超10万家全品类线下门店接入京东小时购,为消费者提供小时级、分钟级的即时消费服务。

近年来,由于短视频平台的强势入局,今年“双11”出现竞争新格局。定位“兴趣电商”的抖音在10月27日开启“抖音双11好物节”,并在线上特设专区,通过短视频和直播推介国货、地方农特产等优质好物。抖音电商相关负责人表示,该活动为期16天,至11月11日结束。抖音电商将借助平台优质内容,营造兴趣购物氛围,放大短视频和直播“种草”特点,让更多国货品牌和时令农货走进消费者视野,满足大众品质购物的需求。并通过“价格保护”服务、“安心购”服务、电商内容创作规范等多项举措,为广大消费者提供品质购物保障。

■本报记者 林露

优惠花样多 下单要留心

平台及信誉高的主播,查看售卖商品的店铺资质,并注意对主播提到的商品详情和优惠政策留存证据,以免出现问题维权无路。

关注保价细则,弄清定金尾款。消费者要想在“双11”得到最佳折扣,就需要对保价细则多加关注,以免错过最佳折扣。平台中预售商品和现货商品的保价时效可能会不同,只有在保价时间内,才能以最低价买到商品。另外,定

金、尾款的支付和退款规则也要提前明晰。尤其要注意,在消费者主动放弃购买时,有些商家不予退还定金,因此切勿一时冲动直接“剁手”,搞清规则才能不花冤枉钱。

赠品也需合法,退货一并退还。如今不少商家都会赠送大量小样赠品,依据《消费者权益保护法》赠品也是商家提供的商品,需要履行消法中相应的责任。如果广大消费者发现赠品存

在问题,也可以依法维权。另外,消费者如果退货也需要将赠品一并退还,避免纠纷。

了解售后渠道,保留消费凭证。活动期间商品交易量大,消费者应先行了解退换货政策、售后维护渠道等,妥善保管购物凭证,如促销承诺、直播页面、聊天记录、购买记录等截图,主动向商家索要发票或收据,以备日后出现纠纷时能有充足的证据维护自身合法权益。发生消费纠纷时,及时和商家或平台协商解决,协商不成的,拨打12315或12345热线进行投诉。

■本报记者 林露 整理

洗地机行业标准来了 对清洁效率有要求

随着居民生活水平的提高,消费者对家庭环境清洁越来越重视。洗地机作为中国企业自主研发的用于家庭环境清洁的创新型家电产品,近年来市场呈爆发式增长态势。



号称“自己拖布”的洗地机颇受消费者关注 严洁摄

销量呈爆发式增长 上半年比增超1200%

近年来,大众消费需求不断提升,洗地机等新型高端智能生活电器市场呈爆发式增长。《2021H1吸尘器市场总结报告》显示,今年上半年洗地机市场零售额同比增长1355.6%,零售量同比增长1282.5%。

近日,记者走访市场及浏览网购平台了解到,市场上常见的洗地机品牌不少,不仅有添可、石头、必胜等品牌,还有海尔、美的、莱克、苏泊尔等家电巨头品牌,价格几百元至上千元都有。

记者浏览淘宝网发现,洗地机的销量不低。11月1~3日,石头电器旗舰店的智能双刷洗地机销量超7000件;tineco添可旗舰店的智能洗地机(美万2.0)销量超1万件;BISSELL必胜官方旗舰店的高速洗地机销量超1万件。购买了洗地机的市民张女士说:“使用洗地机拖地,走一遍就可完成扫地、吸尘、拖地全套工作,省时又省力,切实提升清洁的体验。”

“随着普及率的提高,及‘懒人经济’的崛起,近两年洗地机被广

泛应用,发展前景持续向好。目前,洗地机已成为清洁电器市场发展的主要动力之一,市场规模已由2019年不足1亿元发展至2020年的13亿元,同比增长1200%。”业内人士预测,2021年洗地机市场规模有望突破53亿元,品牌数量有望由2020年的15个发展为近70个。

首个团体标准落地 清洁效率有标可依

奥维云网发布的最新数据显示,2021年上半年清洁电器全渠道零售规模达136亿元,同比增长40.2%。行业规模突破20亿元,同比增长767.5%。洗地机占整个清洁电器市场比例达到14.9%,已成为清洁电器行业的第三大细分品类。但记者发现,洗地机产品存在标准未统一、质量参差不齐、价格差异大等现象。新发布的《家用和类似用途洗地机》团体标准,也是洗地机行业的首个标准,或许能减少这些现象的发生。

近日,中国家用电器协会召集了莱克、美的、小米、苏泊尔等洗地机业内的头部企业,组建了起草工作组,起草并发布了团体标准T/CHEAA0018—2021《家用和类似

用途洗地机》。添可、美的、Shark、追觅、莱克、海尔塔波尔、米多、无锡同方聚能、小米、优瑞家、京东采批11家企业共同承诺。业内人士表示,洗地机是中国企业对新产品的开拓,该标准的发布填补了中国乃至国际标准的空白。标准实施后,将为企业产品研发和质量管控提供依据,对于洗地机产品的加速普及、规范消费市场具有重要意义。与此同时,以洗地机为代表的细分智能家电产品的标准逐渐统一,也标志着高端智能家电迈入有序发展的时代。

记者查阅发现,该标准充分考虑消费者家庭使用场景,选用三种污染物类型、四种清除对象来评价洗地机的清洁效果,要求产品对固态颗粒的清洁效率≥90%,对类似番茄酱的液态污渍的清洁效率≥70%,对类似咖啡的液态污渍的清洁周期≤20个,对固液混合污渍的液态污渍的清洁效率≥90%。

除此之外,该标准还针对消费者重点关注的清洁能力、水残留量、干燥时间、噪声、整机寿命等性能指标给出了具体性能指标要求。

■本报记者 林露

新航季 航空公司新开加密多条国内航线

本报讯(记者 林露)记者获悉,即日起至2022年3月26日期间,厦门机场、泉州晋江国际机场等全面执行2021-2022年冬春航季航班计划,各大航空也新开、加密多条国内航线,为各地区城市之间往来交流提供更大的便利。国内(不含港澳台)航线航班方面,各航空公司共计划安排国内客货航班每周93017班,同比增长7.2%。

记者查询发现,新航季,厦门机场在国内航线方面,新增至牡丹江、汉中、荆州、昭通、琼海、菏泽航线;加密大兴、虹桥、天府、南京、天津、大连、沈阳航线;续飞北海、洛阳、衡阳、中卫、唐山、潍坊、临沂等航线。

泉州晋江国际机场于新航季新开多条国内航线航班,如长龙航空新开杭州-泉州-琼海航线;深圳航空新开泉州-宜宾航线;春秋航空新开泉州-井冈山-兰州航线;青岛航空新开泉州-柳州-昆明航线。

厦门航空集团于换季后主要新增航班有厦门-天津、厦门-大连、福州-南宁、福州-贵阳、福州-成都、福州-武汉、泉州-武汉、泉州-贵阳等。主要新增航线有厦门-绵阳、厦门-汉中、厦门-荆州、厦门-青岛-牡丹江、厦门-合肥-大连、厦门-徐州-沈阳、福州-荆州、深圳-福州-连云港、沈阳-福州-三亚等。

此外,为更好地满足民众出行需求,各航空公司近期推出不少优惠票价,如:厦门航空的福州-荆州单程250元起,厦门-上海虹桥单程300元起;成都航空的泉州-贵阳单程260元起;春秋航空的泉州(晋江)-井冈山单程99元起,泉州-盐城单程99元起(以上价格均不含税)。

业内人士提醒,换季后部分航班往返时刻有较大变动,提醒广大旅客注意提前查询航班信息,注意选择目的地机场,以免对出行造成影响。

70件童装比较试验结果出炉 H&M、千趣会等 13件样品质量有问题

与宝宝有关的健康与安全牵动着每一位家长的心,童装产品质量自然备受关注。近日,北京市消费者协会发布了童装产品的比较试验结果。

13件样品存质量问题

据了解,本次比较试验有70件样品,涉及优衣库、H&M、无印良品、三木比迪、耐克、ZARA、GAP、阿迪达斯、361°等品牌,样品价格从28.56元至1658元不等,并委托国家纺织制品质量监督检验中心依据相关标准进行测试。

结果显示,70件样品中,57件样品的所有测试指标均符合国家及相关标准要求。在13件存在质量问题的样品中,H&M的童裤、松山棉店的儿童罗纹运动裤、FastFish的休闲裤、ABC KIDS的儿童户外外套、TINYCOTTONS的童装等5件样品绳带不合格,TINYCOTTONS的童装、mikiHOUSE的连衣裙、乐桃的牛仔五分裤、千趣会的裤子(婴幼儿用品)、M.latin baby的一家人系列T恤、杰米熊的春秋儿童套装等7件样品涉及产品使用说明项不合格,TINYCOTTONS的童装、乐桃的牛仔五分裤、7C CRADLE的可拆卸带衬衫等4件样品的耐久性标签位置不符合标准要求。此外,1款售价高达1658元的mikiHOUSE连衣裙,测试发现其产品使用说明、纤维含量不符合要求。

13件问题童装中,2件样品涉及婴幼儿童装。其中,售价229元的标称上海行蕴信息科技有限公司经销、潍坊锦天丽服装有限公司制造的千趣会 SENSUKAI牌裤子(婴幼儿用品)(款号:20C2TTCSCG191S;型号:21AF84973)pH值、产品使用说明、耐摩擦色牢度不符合标准。另1件存在问题的婴幼儿童装是售价63.92元的标称生产企业为北京纤丝鸟服饰有限公司的纤丝鸟 TINSINO牌婴幼儿衣服(货号:THY2104017),其纤维含量不合格。

购买童装有讲究

业内人士提醒,价格高并不完全等同于质量好,婴幼儿及儿童服装产品售价从几十元到上千元不等,消费者挑选童装时,应理性购买,不要盲目追求高价,应尽量选择性价比高的服装。

消费者选购童装时应注意查看服装使用说明(标识)信息。使用说明(标识)一般以吊牌和耐久性标签形式存在,查看其是否标明了制造者的名称和地址、产品名称、产品型号或规格、纤维成分及含量、维护方法、执行的产品标准、安全类别等信息,并根据相关信息选择信得过的商品。尽量不要购买无产品使用说明的服装,使用以及洗护时也要按照维护方法提示进行。

同时,宜选择装饰物少的婴童服装,附件越少,安全隐患越小。购买时可拉一拉、拽一拽,看附件是否牢固,用手触及金属等硬质附件,感受是否有锐利边角,避免穿着时附件脱落或锐利尖角划伤皮肤。

此外,尽量挑选浅色调服装,这样可以尽可能地降低甲醛、染色牢度超标的风险。对于新购买的服装,最好先水洗后再穿。

■本报记者 林露