

3·15

特别报道

“对话” 新消费

2024年3月15日
星期五

编辑蒋金龙(版式设计杨斯诗、校对莫明丽)

我们在经历 一场怎样的消费新浪潮?



编者按

以网络、直播为代表的消费新浪潮正席卷消费市场的每一个角落。这不是一次普通的消费升级，而是一场消费理念、模式、渠道等方面的综合变革。在这场消费变革中，消费者和经营者的互动由互联网、物联网紧密联系。2024年“3·15”之前，全国消协组织消费维权年主题确定为“激发消费活力”。根据这一主题，本报今日推出特别报道，链接起消费的两极——消费者和经营者，从网络时代消费形式、消费内容、消费维权等三方面展开“对话”，并采访专家和有关部门，共同探讨如何提升消费环境，激活本地市场消费活力。

“对话”主题

近十年，消费场所、模式的变化，标志着在时代的变化和科技的介入下，“消费革命”的浪潮席卷了每一个人。围绕消费模式改变带来的感受，不同消费者和商家展开“对话”。

消费者

消费方式更新 有喜也有忧

购物，从实体店到网店再到人际消费和直播；吃饭，从自己做到“下馆子”到外卖再到私人定制；休闲，从家门口到公园到“诗和远方”再到5D新科技……可以说，消费者近些年来的消费体验一直在更新，消费渠道的快速变化给消费者带来了更广泛的选择。

● 从实体店到“网购”

“横7密码是245，竖2密码是363。”谈到自己消费方式的变化，家住春江社区的秦林脱口而出一串“神秘密码”。秦林说，可能现在很多人根本不知道这一串密码的含义，但这却是她消费渠道变化的开始。

秦林今年37岁，她清楚地记得，最开始的网购需要办理各种证件，然后要绑定银行卡。银行会发一张密码卡给消费者，每次支付时，需要按照电脑页面的提示，在密码卡上找到密码并输入。再之后，有了“U盾”。随着技术的飞速发展，秦林已经忘记是如何过渡到现在的手机密码和人脸、指纹识别的。

秦林觉得消费环境的改变仿佛是一瞬间完成。以前买东西都要去商店，小到门口的烟酒店，大到专门的超市。以前，自家附近开了一家百货超市，都是一件很值得高兴的事，意味着自己的选择更多了，能快速买到自己需要的东西。可不知不觉，秦林离开了实体店，“几乎都是网上买，尤其是日用品，便宜的有毛巾牙膏，贵的有护肤品，都在网上解决了”。

但这几年，秦林似乎又回到了实体店的怀抱，“尤其是买大型家电的时候，实体店看得见摸得着，还能提供更快速更贴心的售后服务。”秦林说，她将日用品的消费也部分转回了实体店。她感觉，工作之余去逛逛超市，买点自己喜欢的或者优惠的商品，其实也是一种解压的方式。秦林粗略统计了一下，现在她70%是网购，30%在实体店。她认为，时代的发展赋予了消费者更多选择，也为消费环境创造了更多便利。

● 从“广而全”到“精细化”

叠彩区北门街道清风社区居民韦鸣是00后，他的消费经历跟秦林的后半部分重叠。他说，自己能独立消费后，已经是网购的时代了。他不仅“驰骋”在相对传统的淘宝、京东等购物平台，还是直播间的常客，甚至有一两个大家不常用的购物APP，他对实体店的印象是迭代后的“新店”，“比如我喜欢逛专门的零食店，还喜欢去小众的蛋糕店和咖啡店消费”。

在韦鸣身上，几乎能看到现在的各种新型消费模式。在实体店方面，韦鸣倾向于选择更个性化更细分的消费渠道，比如新兴的平价零食店，“这里只有零食，价格也相对便宜，而且还有很多大型超市没有的品种，我需要时就来采购一堆”。

韦鸣的休闲消费更是新潮，他喜欢玩剧本杀，喜欢去私人定制的影院看电影，还喜欢去专门的桌游、手游店里放松自己。解决吃饭问题时，韦鸣选择最多的就是订外卖，“我几乎吃遍了附近所有的外卖，哪家关门了，我都知道”。前段时间，韦鸣还尝试了一些朋友圈私人定制的餐饮。如果一定要去实体店吃饭，他也会提前在各种软件上找优惠找团购。他说这样做不但省钱，还省去了选择烦恼。韦鸣打趣说，这些消费方式把自己“养”得特别“宅”。

跟秦林不同，如果要韦鸣选择消费渠道，他90%的倾向是在网络，剩下10%实体店的消费可能也是受到网络推荐。虽然韦鸣和秦林有着不同的消费渠道体验，但面对现在的消费环境，韦鸣和秦林感受相同，那就是消费越来越便利，就算你想买一颗定制的纽扣，网上都能找到卖家。同时，网购在不断学习进步，比如现在可以利用科技手段在网上试衣服试鞋子。“再过十年，完全不能想象还会发展出什么消费方式来。”韦鸣说。

● 消费市场更新 监管也要跟上

秦林和韦鸣在充分肯定消费环境消费渠道便利的同时，也有自己的期望。秦林记得，自己曾经网购过一个床单，当时说好是A类母婴级别质量标准，但买回来之后发现是B类质量标准，虽然说也可以使用，但商家明显存在着虚假宣传的问题。秦林就在网上投诉卖家，要求卖家发一款符合A类质量标准的床单来，但卖家只同意退货退款，坚决不肯发货。秦林气不过，就投诉到商家所在地的“12315”。最后“12315”表示，商家的确是无法提供A类床单，无法满足秦林的诉求，按照规定，调解结束。这样的结果让人失望。秦林希望各方面的监管应该透明，售后也应该向实体店看齐，不要让消费者吃“哑巴亏”。

韦鸣完全赞同秦林的观点。他说，相对以前而言，现在网购的售后已经跟上来了，如果消费者投诉的话，至少平台会很快响应。但对于消费渠道和环境的监管是滞后的，比如说现在私人定制越来越多，上门服务也越来越频繁，这些由什么部门管，怎么管，还存在空白。韦鸣曾经咨询过律师，如果遇到这种新兴消费渠道产生的问题，只能参照一些相关法律法规。韦鸣说，消费渠道不是一成不变的，当法律法规暂时出现空白时，希望消费者权益保护组织能更多地介入，规范商家行为，保护消费者权益。