

## 经营者

## 聚焦产品品质

## 应对市场的“卷”

随着电商、直播购物、短视频等多元化渠道的兴起，消费者的触点得到了全面升级，商家面临着既是挑战也是机遇的双重境况。它要求商家重新审视并优化自身的商业模式，利用大数据、人工智能等技术来提升服务质量和效率，实现精准营销和个性化服务。同时，多元化的销售渠道为商家提供了触达消费者的新途径，但也要求他们在品牌建设、用户体验和售后服务等方面持续创新，以满足消费者日益增长的期待。

## ● 线上渠道让市场更“卷”

近年来，随着多元化的销售渠道变革，线下购物早已不再是消费者唯一的选择，从最早的电话购物、电视购物，到后来的网络购物、直播购物、短视频购物等，商家急需适应这些新趋势，通过创新来寻找生存和发展之道，转型不再是选择，而是生存的必要条件。

自治区级非遗项目秝园桂花糕的第八代传承人王保良介绍，去年年底之前，秝园桂花糕只有线下销售渠道，分别在正阳步行街、东西巷以及阳朔西街有三家线下店铺。

经过市场调查，秝园桂花糕去年11月开通了天猫、京东和美团的线上销售渠道。王保良告诉记者，开通线上渠道所面临的最大问题是“卷”，因为如果只做线下，面对的竞争对手就只有本地的其他品牌，而开通线上渠道以后就是跟全国的品牌同台竞技了。网络市场的竞争极为激烈，秝园桂花糕想在众多品牌中脱颖而出，就需要在品牌差异化和定位上下足功夫，通过品牌故事、产品特色等方面吸引消费者，并在消费者心中形成独特的品牌形象。这是一大挑战。

此外，线上渠道最重要的就是产品安全问题。因为秝园桂花糕保质期比较短，只有20天，这就需要尽快缩短商品到达消费者手中需要花费的时间，确保产品新鲜。

最后，在线上平台获取流量并有效转化为销量极为关键。面对庞大的互联网用户群体，如何有效利用搜索引擎优化、社交媒体营销、内容营销等方式吸引潜在客户，如何提高转化率，都是需要解决的问题。

## ● 稳扎稳打聚焦品质

王保良介绍说，从去年11月开通线上销售渠道以来，秝园桂花糕的线上销量已经开始稳定上涨，口碑也一直很好。

“在做线上渠道之前，也有人说网购市场已经发展那么多年了，现在才加入是不是太晚了。但我认为不算晚，不动手去做才是真正‘错过’。”王保良说，为了应对越来越“卷”的线上消费渠道，秝园桂花糕的策略之一就是聚焦优质产品，以更高的要求做产品。秝园桂花糕已经获得了香港优质“正”印认证。据了解，该认证是香港标准及检定中心(STC)为通过其认证标准和质量检验的品牌颁发的认定证书，被国际市场公认为极具权威的产品质量认证之一，是消费者对食品安全和质量的信心指标。尽管秝园桂花糕的价格相较于市场上其他类似产品偏高，但在近年消费市场比较低迷的情况下，销量仍然稳定上涨，收获了消费者的好评。

除此之外，虽然这些年来网购、直播带货、短视频带货的新兴消费形式很火爆，但也有很多消费者回归到了线下实体店。而且，桂林是知名旅游城市，商家除了需要在线上把传统特产的名声打出去，更要注重游客来到实体店的消费体验。目前，秝园桂花糕的策略之二就是提升用户体验，线下门店从单纯的销售，变成场景式消费，让顾客在消费的同时也了解桂花糕背后的历史和故事，亲身体验到桂林非物质文化遗产的魅力。

## 专家观点

## 提振消费信心商家要多做事

广西师范大学经济管理学院经济学教授贤成毅说，近些年来，消费渠道的变化主要体现在两个方面。首先，由于网络购物、直播购物的发展，消费者寻找交易对象的成本下降了，便利性也提高了，足不出户就可以找到自己想要的商品。其次，直播购物模式出现，线上主播实时展示物品，及时答疑解惑互动，可以给消费者带来更多的情感、情绪价值。

随着新消费渠道的出现，渠道变化所带来的问题最主要的是商品的质量问题。在线上购物过程中，消费者只能通过影像看到商品，不能实际亲手检查，所以就会出现货不对板、商品质量不过关的问题。从消费者角度来说，要解决这个问题，首先要加强自身的维权意识，在遇到类似问题时，要及时通过合法合规渠道维护自身利益，同时也要加强辨别能力，选择可靠的、有质量保证的消费品。

说到提振消费信心，贤成毅认为，商家应该担负起更多责任。首先要提升产品质量，对于刚性需求商品来说，在提高性价比的同时也要严把质量关。其次抓住社会热点，了解消费者的需求。同时要紧跟潮流，积极更新迭代自身产品，给消费者提供更优质的产品和服务。最后，还要注意把握政策方向，顺时代发展而行。

## ■ 相关链接

## 2023年桂林市消费市场数据

在一系列政策推动下，全市消费市场持续平稳回升。2023年全市社会消费品零售总额同比增长1.0%，比上年同期提升2个百分点，比前三季度提升0.5个百分点。

## 乡村消费市场进一步提升

随着农村居民收入增长，乡村商业体系建设不断完善，乡村消费市场发展步伐加快，市场占比稳步提升。2023年，城镇消费品零售额同比增长0.8%；乡村消费品零售额增长2.1%，乡村市场销售快于城镇1.3个百分点。乡村消费品零售额占社会消费品零售总额的比重为17.1%，比上年提高0.2个百分点。

## 餐饮消费增速快于商品零售

随着桂林旅游市场活跃，外来人口增多，本市居民外出活动频繁，餐饮消费持续回暖。2023年，全市餐饮收入同比增长1.7%，商品零售同比增长0.9%，餐饮收入增速快于商品零售0.8个百分点。

## 这些商品销售保持良好增势

基本生活类商品销售保持较快增长。2023年，居民基本生活商品需求稳定释放，粮油、食品类同比增长4.1%，其中肉禽蛋类增长26.1%，水产品类增长30.9%，蔬菜类增长40.2%。饮料类增长2.5%，烟酒类增长4.6%。

## 改善升级类商品销售

保持良好增势。2023年，金银珠宝类增长10.4%，体育娱乐用品类增长113.1%，通讯器材类增长9.7%，文化办公用品类中的计算机及其配套产品增长39.9%，日用品类中的可穿戴智能设备增长4.4%。

新能源汽车销售保持较快增长。2023年新能源汽车销售额同比增长19.2%，占全市汽车市场份额从上年的19.9%上升至26.0%，呈现较快上升趋势。

(数据来自桂林市统计局)