

消费者热衷打卡实体店的启示

“儿童商品”的标签不能乱贴

海 凝

到超市“赶海”，鲜活水产品带来逛水族馆般的新鲜体验；去潮玩店“吃谷”，在追赶潮流中获得情绪价值，满足社交需求；在母婴店“淘货”，“所见即所得”的同时，享受专业、细致的服务……凭借产品升级、服务优化、场景创新，逛实体店成为很多消费者特别是年轻消费群体的选择（8月26日人民网）。

近些年，受网络购物、竞争加剧、成本高企等因素影响，很多实体店的日子并不好过，关店率、空置率、更新率均处于较高水平，沿街店铺更换门头、变更经营者的现象司空见惯。但与此同时，一些新开业店铺人气很旺，顾客在门外排队消费，即实体店“新陈代谢”明显加快。

尽管网络购物很便利，甚至价格低于实体店，但依然有很多消费者光顾实体店，这种现象值得关注。譬如，贵阳某生鲜超市“平均每天客流量超过1000人次，年轻人占八成”；北京朝阳区一家潮玩厂牌快闪店开业，当天就吸引逾万名年轻人进店选购；位于广州荔湾的某母婴店，吸引很多家长前来“淘货”。这表明实体店仍然很有“磁性”。

究其原因，这类人气实体店给消费者带来不一般的价值：有的给消费者带来放松、解压的价值，有的带来情绪价值、社交价值，有的带来专业服务价值、触手可及的体验价值……这些价值往往是网络购物无法给予的，只有实体店才能让消费者享受到。这给其他实体店经营者以启示：只要为消费者提供某种独特价值，实体店里就有人气。

同时，消费者热衷打卡这些实体店，也给实体店带来客流、交易、利润等价值，不仅解决实体店生存发展问题，也为经营者注入信心，还助推实体经济健康发展。换言之，消费者热衷打卡相关实体店，是消费者与实体店的“双向奔赴”与“价值交换”。

去年，商务部等7部门印发《零售业创新提升工程实施方案》，提出的主要任务是，推动场景化改造、推动品质化供给、推动数字化赋能、推动多元化创新、推动供应链提升。上述人气实体店，或多或少有方案提及的影子。也就是说，政策引导与商家创新共同为这些实体店打造出集聚人气的磁场。

网络购物或者消费已经成为一种趋势，其成本、价格、便利性等优势，对所有实体店经营者都是考

验。同时，实体店还面临内卷。面对线上线下竞争带来的考验，实体店只有找到自己的独特价值，来满足消费者的某种需求，才有生存发展空间。这就需要实体店经营者读懂今天消费者的价值需求，进而以产品和服务创新来满足。

尺有所短，寸有所长。网络购物固然有其优势，但也有其短板；实体店虽然在租金、人力、水电等成本方面不占优势，但也有其“独门秘籍”，即能为消费者提供网购提供不了的某些价值。从这个角度而言，网络购物与实体店消费具有互补性，两者之间既可以良性竞争，也可以融合式发展。

实际上，很多时候，购物等消费的乐趣在于过程体验，而这恰恰是实体店吸引消费者的“密码”。上述几个范例，应该能给实体店经营者带来不少启示。

新华时评

郑明鸿

儿童洗衣液、儿童面条、儿童护脊书包……近年来，打上“儿童”标签的商品越来越多。虽然通常价格高于其他同类型产品，但出于健康、便利等方面考虑，不少父母仍愿意为此买单。

令人不安的是，近年来，屡有问题“儿童商品”被曝光。一些商家利用家长的育儿焦虑，将一些材料、功效并无特殊的商品，冠以“儿童专用”，坑蒙消费者。更有甚者，一些“儿童商品”被检测出有害物质严重超标，直接危害儿童身体健康。

质量是基础，安全是底线。儿童商品更应如此。“儿童”二字不能简单的营销噱头，而应是对商品更高质量的安全承诺，这个标签不能乱贴。一旦打上“儿童”标签，就要以儿童身心健康发展为本，始终坚持更高标准、更严格要求。目前，我

国已发布210余项儿童相关领域国家标准，从生活用品到玩具文具，为守护广大儿童健康安全提供全方位标准保障。

建立标准是第一步，更重要的是把规范标准落到实处。儿童商品要在选材用料、工艺制作等各个环节严格按照国家标准生产，努力提升产品质量。相关部门更要加强监管，严厉打击违规生产、虚假宣传等行为。

近日，市场监管总局部署儿童和学生用品安全守护三年行动，要求“全覆盖”重点产品、重点问题、重点领域，确保儿童和学生用品监管守护工作的全面性、针对性、精准性。

与此同时，家长也应理性消费，不盲目跟风，提高对商家宣传和网红产品的鉴别能力，不简单遵从“贵即是好”的消费观念，根据实际需求和商品质量为孩子购物。

儿童健康无小事。只有把“高标准”“严要求”落到实处，多方协同筑牢每道防线，才能让家长买得放心、孩子用得安全。

一“点”之差看家风

清风
时评

陈琪琦

领导干部的家风，不是个人小事、家庭私事，而是关系干部作风、党风政风的大事。习近平总书记在讲到家风建设时，曾形象地用“家”和“冢”两个字作比喻。他说，“大家仔细看一看‘家’和‘冢’这两个字，它们很像，区别就在于那个‘点’摆在什么位置。这就像家庭建设一样，对家属子女要求高一点才能成为幸福之家，低一点就可能葬送一个好家庭”。

“家”的“点”居上，象征标准与要求的高位；“冢”的“点”居下，代表底线与约束的失守。毫厘之差，却有着天壤之别。这一

“点”是对家风家训的传承与弘扬。从《诫子书》到《朱子家训》再到《傅雷家书》，从孔子庭训“不学诗，无以言”“不学礼，无以立”，到岳母刺字激励岳飞“精忠报国”，再到《曾国藩家书》“家勤则兴，人勤则俭”，都生动映射出重家教、守家训、正家风的中华民族优良传统，其生命力足以穿透时空阻隔，滋养一代代人。

对于党员干部来说，这一“点”是对家人家庭的严管与严教。家教是一切教育的基础，家风是优良作风的源头，亲人之间互相提醒、防微杜渐，才能筑牢反腐大堤的根基。从“我爸是李刚”的张狂到奔跑“亮证姐”的风波，从“家里人说句话”“枕头边吹个风”等“小节”被默许到“夫妻联手，父子上阵，兄弟串通，七大姑八大姨共同敛财”，各种教训和案例深刻警示大家，家人的放纵与堕落，

往往始于家风不正、管教不严。

对于党员干部来说，这一“点”更是自身慎言慎行的警示。家风正才能党风清，正家风才有好作风。习近平总书记担任领导干部后，每到一处工作，他都会告诫亲朋好友，“不能在我工作的地方从事任何商业活动，不能打我的旗号办任何事，否则别怪我六亲不认”。“小事当慎，小节当拘”，只有以“高一点”的要求主动把纪律规矩带回家，面对“微腐败”绝不掉以轻心，遇到“潜规则”绝不随波逐流，碰上“人情礼”绝不欣然笑纳，才能让心存敬畏、手握戒尺成为自己和家里人的日常习惯和行动准绳。

“家”与“冢”的一“点”之别，是警世箴言，更是行动指南。家是一个凝聚牵挂的港湾，家人的真谛在于分担彼此的忧喜，党员干部应有意识地多挤出时间陪伴家

人。当然，“有人与你立黄昏，有人问你粥可温。有人与你捻熄灯，有人共你书半生”，家人也是党员干部最坚实的后盾。家庭是人生的第一所学校，父母是孩子的第一任老师。所谓“遗子黄金满籝，不如一经”。为人父母，必须明白，真正的家庭财富不只在物质积累，好家风、好品质，严要求、真本事，才是留给子女最好的财富。

“一人不廉，全家不圆”，一时的贪念、一丝的侥幸，输掉的是一家人的幸福。党员干部在向贪念伸出手的时候应该想想家人，在放任家人时候应该想想后果。

“家”上这一“点”，不大，却重千钧。党员干部治家，就要将“高一点”的要求内化于心、外化于行，以清正廉洁的家风守护个人前程、维护家庭幸福，最终使千千万万家庭的好家风支撑起全社会的好风气。



“讲文明·树新风”公益广告

社会主义核心价值观：富强 民主 文明 和谐 自由 平等 公正 法治 爱国 敬业 诚信 友善

浙江有礼·宁波示范

学有礼

全民学礼仪
知书又达理

知礼仪 学礼仪

扫码关注
文明宁波公众号

宁波市文明办