

除了感情不修，啥都修？

小心维修平台的温柔一刀

文/羊城晚报评论员 戚耀琪

最近，天津的消费者孟女士的索尼电视机遥控器坏了，通过网络平台联系了上门维修，结果品牌售价300元的遥控器，最终被平台维修师傅收了1776元。事件曝光后，消费者拿回了1626元。

无独有偶，南京张女士家中浴室玻璃门螺丝松动，通过啄木鸟家庭维修平台服务。维修人员将浴室玻璃门上脱落的两颗螺丝重新安装并收取了388元的费用。平台事后回应称，388元的维修价格是评估与消费者面议的结果，最后退还50%费用是为了提升消费者体验的“心理补偿”。

“除了感情不修，啥都修。”这是这个平台的宣传标语，并宣称是全国最大的家庭维修平台。事件的曝光，的确给消费者许多警醒。

具体来看，依托互联网的生活服务平台，在服务标准、快速响应、市场反馈、数据挖掘上具有相当大的发展空间。一方面，大量没有品牌、没有售后的生活用品具有维权的需要，诸如门窗坏了、煤气打不着、墙壁破损之类，已经形成了庞大、长期和刚性的民间需求。另一方面，在服务供给方面，一般厂家的售后维修水平参差不齐，流程没有闭环，都是需要提升之处。

相比之下，互联网平台面对客户更显得“温柔友好”，在诱发和放大民间欲望方面能量极大。甚至让家居维修也成了一种时尚化、习惯化的无意识消费项目，其对消费者心理诱因并不亚于美容护肤的欲望驱动。普通人有事没事，看到家里哪里不顺眼就想去修理，这种心理的涌动，就是市场爆发的源泉。

但是当平台暴露出来的性价比问题已经并非个案，至于事后的补偿和退款之类，反而显出一种“不告不理”，且弹性极大的市场试探。换两个螺丝就可以收388元，这种明显脱离常识的做法，如果换一种场景，比如损坏处不可见，而门不立刻修就有人身危险，那么可能就不会有投诉，而实际成本更是难以揭发。同时，常见的“上门费”做法也会推高消费者的固定支出。如果维修平台进一步对高净值用户精准瞄准，比如针对豪宅、别墅、高档小区和酒店类的维修，其溢价可能更加严重和隐蔽。

对于消费者来说，越是轻而易举就能下单和快速获得服务的，越要保持一定的冷静克制，对于所有的成本费用、事后维保有详细了解和确认后才选择是否接受服务。同时，还要货比三家，既要比服务平台，也要比电商平台。比如遥控器是修还是买，冷静一下就知道了。

对于平台来说，家居维修和装修业传统上的不透明顽疾也要积极破解。毕竟互联网生态是追求平等的，任何一家要形成技术、信息和售价垄断不容易。“只报单价，不定总价，越修越多，直达天价”的问题本来就是要解决的问题。如果这个普遍焦虑不能解决，那么互联网平台就是为了更狠的牟利，和街巷装修队没有区别了。

快来报名！

县博会加码双节营销

羊城晚报讯 记者许悦报道：今年8月底在广州成功举办的首届2024中国县域博览会，达成经贸合作签约项目154项，总金额458.27亿元，为推动县域级经济实现可持续发展提供了展示舞台和多元路径。县博会期间举办的中国首届县域品牌擂台赛总决赛，经过层层选拔激烈角逐，共有20家县域品牌进入总决赛。双节临近，中国县域博览会组委会近日宣布，将于2025年元旦、春节期间举办县域品牌擂台赛获奖产品的双节营销活动，助推“县”字号特色优势农产品走向更广阔的市场。

在中国首届县域品牌擂台赛总决赛上获奖的“县”字号特色优势农产品来自五湖四海，在“登台打擂”现场，不同品牌代表需要分别就各自的区位优势、产业发展特点、历史人文等要素进行现场宣传推介，多层次、全方位展示各地县域品牌的产业优势和营商环境，观众可以在擂台赛中“走遍全国”。通过现场评委的激烈讨论，擂台赛最终评选出“金奖”“银奖”“铜奖”“十大最受欢迎品牌”“十大营销创新品牌”等荣誉奖项。

为进一步发挥县博会的平台作用，近日县博会加码双节营销。县博会执委主任陈兰芬表示：“我们要打造永不落幕的县博会，为县域经济发展尽心尽智尽力。启动县博会擂台赛获奖产品双节营销活动，培育县域主导产业、品牌产业，推动三产融合，服务县域经济高质量发展。”

据介绍，县博会组委会已向擂台赛获奖单位发出通知，将在2025年元旦、春节期间举办中国县域博览会县域品牌擂台赛获奖产品双节营销活动，进一步扩大获奖产品市场、强化品牌影响力，壮大县域富民产业。

活动内容将包括组织采购商对接，向全国采购商推介获奖产品，拓展获奖产品营销渠道，推动对接常态化；创建获奖产品专柜；开展获奖产品走进大湾区、走进京津冀、走进长三角等专项市场拓展活动；举办获奖产品线上营销擂台赛；支持获奖产品“出海”等。

“县域经济是县域社会的脊梁。没有县域经济的发展，县域社会的发展就是无源之水，无本之木。”中国县域博览会发起人、中国扶贫状元陈开枝说：“创立县域博览会就是努力为县域经济提供要素资源集聚、聚变的平台。县域博览会举办县域品牌擂台赛是撬动产业高质量发展的支点，举办擂台赛获奖产品双节营销，让获奖产品走进市场，让农民、市民双得益，意义重大，要做实、做广、做强。”

广交会逛完展去哪大饱口福？

广交世界 互利天下

聚焦第136届中国进出口商品交易会

文/图 羊城晚报记者 孙绮曼 通讯员 穗商务宣

第136届广交会第三期今日开幕，逛展之余，国内国际展客商到哪citywalk？“美食之都”广州备齐各式美食，让化身游客的广交会人一饱口福！



广州国际美食节之——“琶洲好食光”嘉年华拉开帷幕

名创优品创始人叶国富：

依然看好实体零售的未来

文/图 羊城晚报记者 孙绮曼

当“不确定”成为全球经济常态，中国品牌仍以非同寻常的韧性和活力，持续在全球市场发力创新。

有的人害怕变化，有的人迎接变化。全球零售业大洗牌，曾经辉煌的品牌开始衰落，新的品牌神话不断诞生。山姆会员店和Costco，所到之处无不风靡；胖东来创造着单店盈利新的零售神话，名创优品探索着一条中国的零售全球化路径……

中国消费创新的机会如何挖掘？未来的消费阵地究竟在哪里？看好实体经济有胜算吗？带着这些问题，记者对话叶国富。

消费和科技是未来发展的新基石

在过去20年，中国互联网电商实现了大发展，其带来的影响贯穿各行业。一个可以看到的趋势是，实体经济的市场主体们纷纷寻求着“触网”出海，依托跨境电商这种更“轻”的形式把产品销往海外。

但叶国富认为还有另一个航向。

“现在的消费者，也并不只认为互联网电商才是创新和时代的代表。我认为未来的消费模式，是以产品创新和消费体验为核心，以品质零售为根本，线上服务线下的形态。”叶国富向记者表达了他对未来零售业的预判，“零售业正在回归，实体零售通过不断创新和突破，重新靠品质和体验赢得了市场。”

“展望未来，人类发展的基石已经发生了巨变，在我看来，新的基石是消费和科技。消费致力于服务全人类，满足人们对于美好生活的向往，这一点始终如一。科技则是绘制人类未来蓝图的关键，这也是我们中国企业共同追求和努力的方向。”叶国富说。

出海要先易后难

几天前，名创优品首家全球级MINISO LAND壹号店在上海开业。在这家门店中，聚集着多个国际上的知名爆款IP，长长的排队队伍中，有来自各个国家的消费者，每个人都拎着大大小小的玩偶、IP周边。



潮菜餐饮新店开业

↑2023 广州国际美食节

广州美食活动一场接一场

国际精品美食周，咖势咖啡节……

第136届广交会开展以来，广州美食活动一场接一场。不久前广州精品美食周刚刚结束，2024年广州国际美食节又即将揭幕！一连十天的“饕餮之旅”，你准备好了吗？

记者从广州市商务局了解到，“食尚羊城 味荟天下”2024年广州国际美食节主会场将于11月1日至10日举行，届时，现场不仅有来自广府、客家、潮汕等地的地道本土美食，还有来自世界各地的特色料理，还融入精彩纷呈的文化展示和文旅活动，全面展现广州国际美食之都的独特魅力，擦亮“食在广州”的金字招牌，推动粤港澳大湾区餐饮文化交流与融合。

活动旨在通过新模式、新概念、新场景、新渠道，以线上+线下形式呈现一个国际化、品牌化、潮流化的美食梦工场，构建一个新格局、新高度的美食经济高地，助力激发多次元的美食文化消费，引领和带动多行业消费。

B

多个区域餐饮新店热度高

除了精彩美味的美食活动，第136届广交会期间，广州餐饮界也迎来一波开店潮，多个区域迎来首店，热度飙升。

10月25日，侨鑫集团旗下潮粤菜餐厅潮撰·琶洲店开业。恰逢广交会期间，门店人气火爆，“味”是潮菜出品的灵魂，要做到鲜而不腥，清而不寡，我们遵循时令规律，激发食材真味，希望让广大食家、食客感受到舌尖上的新潮流。欢迎广交会期间前来参展的展客商们逛展之余来品尝潮菜美味。”潮撰·琶洲店负责人向记者表示。

10月26日，费大厨辣椒炒肉在广州美

食展位来展示美食及饮食文化，同时还将在旅游景点设置夜市或夜间美食活动，融合“夜游”“夜食”元素，以线上线下消费热力提振餐饮企业信心，持续“助燃”餐饮市场“热情滚烫”。

与此同时，10月25日-11月3日，广州国际美食节之——“琶洲好食光”嘉年华于珠江-英博国际啤酒博物馆广场拉开帷幕，同期揭幕的还有第八届珠江琶醍啤酒节。

值得注意的是，本次活动还制作了精美的《2024年广州国际美食节指南》宣传折页，以手绘形象生动地向广交会客商推荐广州广府名菜、名点以及主会场吃喝玩乐指南和交通指引。这些宣传折页已经在第136届广交会场内派发，旨在吸引更多的参与者和游客，进一步扩大此次美食节的影响力和知名度，更好地弘扬广州饮食文化，提升广州城市品牌及城市国际形象。

林天地开出一家新店。恰逢广交会期间，新开业门店依旧延续费大厨火爆传统，一开餐就吸引了众多顾客排队，全天取号超过2000人次，平均排队时间超过一个小时。据悉，费大厨广州萝岗万达店也将于下月开业。此外，粤·向群饭店白云首店也将在百信广场开业。

据CBRE世邦魏理仕统计，今年上半年，广州餐饮及零售业态新店铺成交占比分别为45%及39%。餐饮成交中45%的新店铺数量来自特色餐饮。

林天地开出一家新店。恰逢广交会期间，新开业门店依旧延续费大厨火爆传统，一开餐就吸引了众多顾客排队，全天取号超过2000人次，平均排队时间超过一个小时。据悉，费大厨广州萝岗万达店也将于下月开业。此外，粤·向群饭店白云首店也将在百信广场开业。

据CBRE世邦魏理仕统计，今年上半年，广州餐饮及零售业态新店铺成交占比分别为45%及39%。餐饮成交中45%的新店铺数量来自特色餐饮。

据CBRE世邦魏理仕统计，