

# 超八成消费者能放心购物消费

## 本市发布购物中心消费体验调查结果

上海的购物中心消费体验如何?短板在哪里?近日,上海市质协用户评价中心对此开展调查,从全球高端、时尚特色、品质诚信、舒适便利等方面衡量顾客感受。调查发现,超八成消费者能放心购物消费。

### 内环内区域商场指标均排末尾

数据显示,截至2017年上半年,上海共有192个商业项目。此次共调查100个购物中心,覆盖全市84.6%的市级商业中心和25%的区级商业中心。数据表明,上海购物中心消费体验总体水平为72.99,尚有较大改进空间。其中,品质诚信(74.92)方面做得最好,其次是舒适便捷(74.43)、全球高端(72.32)和时尚特色(70.56)。

位于市级商业中心内的购物中心,其整体评价优于区级商业中心内的购物中心。位于内中环区域的商场,除“时尚特色”排第二外,其余均列首位。中外环区域的商场,基本位列第二,而内环以内区域的商场指标均排末尾。

调查中,三成消费者认为购物中心之间没有区别,基本差不多。仅22.8%的消费者认为购物中心体验丰富,有种“一天玩不够”的感觉。处于较高水平的购物中心,善于与周边历史文化风貌相结合,从空间布局等方面全面提

升吸引力,并制定有针对性的客群经营策略。相反,水平较低的购物中心缺乏时尚特色,识别度不够,产品和服务价格欠缺吸引力。

### 服务成制约购物中心发展的短板

调查数据显示,八成以上消费者认为在上海商场能放心购物和消费,对退换货及纠纷的处理、服务人员的专业素养都较认同,说明“上海购物”在消费者心中已形成良好诚信的印象。

购物中心“舒适便捷”是否到位,会影响消费体验。尤其是在硬件配套方面,WIFI已成“刚需”,各商场须重点关注。26-35岁女性较注重母婴设施、亲子活动等,购物中心应有提升。此外,76.5%的消费者认为商场高端品牌很多,但高端周到的服务体验却位列最低,仅为71.14,说明“服务”已成制约购物中心发展的短板之一。

此次还对业态需求进行了调查,除传统业态外,“图书”、“日常生活服务功能”和“活动中心”分别占27.3%、25.3%和23.3%。受访者也建议“希望增开书店”“增加阅读区域”“增加公共服务”等,这些或许将成为打造个性化购物中心的突破点。

## 联璧“场景日”闪耀上海

3月31日,以“感恩”为主题的联璧场景日活动在松江开元地中海拉开帷幕。据了解,2018联璧场景日在吃喝玩乐高度场景化基础上,新增了AR互动、场景公益等元素。

据悉,本届“场景日”首站上海松江站high点更多。除了让消费者获得新产品、个性化场景服务的体验感和满足感外,联璧集团还奖通过“场景生态”最具代表性的“场景菜单”服务,在AR场景地图中与用户互动,参与场景体验的同时,联动B端商户、商场、商圈等“智造”各种新思潮。

据介绍,上海联璧电子科技(集团)有限公司,作为场景互联网整体解决方案运营商,成立于2012年,依托大数据驱动和金服驱动实现场景互联网生态运营,将“智慧经营、智慧生活、智慧行业”场景化,帮助传统产业进行互

网运营,让线下经营无难事。

联璧集团相关负责人介绍,“场景日”可以形象地理解为站在商家或用户角度,拿着联璧数据驱动的这块“场景+大数据”敲门砖,打开标准化、定制化的场景业务板块,通过跨界资源,推进消费升级,洞察消费新业态、新模式。

据了解,自2017年3月联璧集团“场景公益·圆梦计划”在云南昆明正式启动以来,联璧场景公益团队先后于四川大凉山、广西南宁、云南文山等地,为“小候鸟们”带来爱心“场景包”等暖心服务和教育物资,并接小候鸟们与上海务工的父母团聚。

联璧集团负责人表示,除了本次在上海举办的“场景日”活动以外,联璧集团还将在广西南宁举办一次场景日活动。

## 雷佳音出任保乐力加中国理性饮酒公益大使

知名酒企保乐力加中国近日宣布,邀请著名演员雷佳音担任其理性饮酒公益大使。双方将通过长期合作,共同倡导“酒后不驾车”与“非成勿饮”的理念,呼吁人们提高理性饮酒意识,以期推动国内形成理性饮酒的社会风潮。

保乐力加中国始终将“倡导理性饮酒”视为企业社会责任的重要承诺。这也是保乐力加中国首次向明星发出邀请、力邀雷佳音担任“理性饮酒公益大使”,意在借助其良好的公众形象与社会影响力,进一步推广“酒后不驾车”与“非成勿饮”的理念,为大众树立正面榜样,从而号召更多人关注饮酒领域的不良现象,并做出有益的改变。

## 互联网求职大品牌更值得信赖

据人社部此前的一项统计数据,中国2.25亿第二产业就业人员中,仅制造业高级技工缺口就达400余万人,高精尖蓝领的需求空前旺盛。此外,服务性O2O的遍地开花,催生了“都市新蓝领”人群的扩大,其中包括销售、房产经纪人、保安、美容美发师、快递员等职业,高精尖蓝领成了“香饽饽”。

目前,单一的线下招聘会已经不能满足蓝领们的需求,随着各行业“互联网+”转型大潮的影响,互联网求职平台逐渐赢得了众多蓝领的青睐,58同城、赶集网等国内领先的生活服务平台也纷纷构建属于自己的互联网求职板块,进而催生了许多如中华英才网、招才猫等优质的求职平台,成为招聘主流。

## 58到家推出“精品保姆”培训课程

当下,家政保姆O2O市场迎来了发展风口。而与线下已有刚需相比,用户往往不是发展瓶颈,阿姨才是决胜关键。所谓“得阿姨者得天下”,要改善保姆行业的混乱现状,提高准入门槛势在必行。在市场转入良性发展的关口,58同城、赶集网、58到家均针对家政公司、家政从业人员制定了较高的审核门槛。

以58到家为例,近日,58到家不仅首创“身份&技能双认证体系”,还推出“精品保姆”培训课程,以高质量、精筛选的流程扭转了当下市场粗放发展的培训体制。

保姆行业的规范化问题早被纳入日程,但真正的解决方案仍然在尝试中进行完善。不论日后行业如何发展,保姆技能培训问题仍是突破重点。

## 开启“纯粹驾驶乐趣”本地化体验 BMW授权经销商上海祺宝隆重开业



日前,上海祺宝汽车服务有限公司在上海市嘉定区安驰路666号隆重举行开业仪式,作为BMW大家庭中新的一员,上海祺宝汽车服务有限公司隶属于正通集团,

该4S店集展示、销售、售后服务为一体,不仅将为大家带来卓越的产品、服务体验,更将令众多热爱BMW品牌的朋友近距离感受BMW“纯粹驾驶乐趣”的魅力所在。

上海祺宝汽车销售服务有限公司按照BMW全球统一的高标准进行建设和配备。店内空间宽敞明亮,井然有序地划分为产品展示区、BMW Lifestyle用品陈列区、接待区、VIP休息区、维修区,延续了BMW一贯简约而高贵的风格。同时,通过宝马在数字化客户服务领域取得的创新成果,为客户带来领先行业的独特数字化服务体验,例如在线预约售后服务、金融服务等。除了为客户提供优雅舒适的购车环境,上海祺宝汽车销售服务有限公司更拥有通过BMW严格、系统的培训和认证的服务顾问和技师团队,将为广大客户带来一流的专业服务。

王 文

## 一锤定音: 北京现代ENCINO定义高性能车新典范



不知从什么时候开始,国内城市SUV越来越千篇一律,造成了中国消费者日益深陷于审美疲劳之中。实际上,更多的人渴望通过自己的座驾来表达个性与自由生活方式。

尤其是已经成为国内购车主力人群的年轻消费者,他们深切憧憬着汽车为生活带来的激情。而北京现代作为根植本土多年的老牌合资车企,正是洞悉到了人们的这种诉求,所以推出了一款传达“自由”、“向上”、“真我”的高性能SUV车型——ENCINO!

强动力+高科技+高颜值,便是北京现代ENCINO所定义的高性能车全新标准,即高性能标准。ENCINO的出现打破了以往的惯例,重新树立了行业典范。相信作为北京现代2018年的首发新车,ENCINO将以其独特的魅力,征服国内的众多消费者,在汽车圈掀起一股高性能的新风潮!

## 开启造车新时代 宋MAX引领比亚迪强势回归

工作忙没时间,陪伴家人的时间越来越少,生活中也失去了“仪式感”。在这个快节奏时代,这样的生活状态,成了越来越多人的真实写照。而专注于中国主流家庭的比亚迪宋MAX,日前通过一次温馨的家庭日活动,不仅向消费者传达了宋MAX所倡导的“在一起更完美”的家庭幸福观,如何实现工作与生活的平衡,也让大家感受到了比亚迪在造车新时代的



改变。作为比亚迪汇聚全球智慧,由国际大师专为中国主流家庭打造的大美7座车,宋MAX正式开启比亚迪造车新时代。自2017年9月上市以来,宋MAX凭借“大美”颜值与产品硬实力,受到市场高度认可,斩获30余项媒体大奖,荣膺10万级MPV月销四冠王,迅速晋升为中国主流家庭用车领导者,引领比亚迪强势回归燃油车第一阵营。延续爆款实力,给幸福多一种选择,宋MAX乘势加推6座,宜商宜家。

宋MAX的火爆与比亚迪造车新时代下国际化团队的倾力打造密不可分。其采用艾格打造的全新“Dragon Face”的设计理念,让人眼前一亮。未来,艾格将全新设计理念持续融入后续产品中,形成比亚迪特有的造型语言和统一风格。同时,宋MAX底盘由前奔驰汉斯精心调校,NVH性能由国际知名风噪专家车熙范全程把控,确保出行品质。目前,比亚迪的外籍研发团队超过200人,覆盖产品造型、底盘调校、车身模具、NVH性能等方面,这些“国际智慧”的加入,不仅为产品研发注入全球设计及验证思路,完善流程开发体系,更促使

品牌战略全面升级,引领比亚迪品牌持续向上。

如果说宋MAX的良好表现是比亚迪在燃油车领域的复兴和比亚迪造车新时代的开始,那接下来王朝系列的全面迭代,将是比亚迪在新能源车领域再度发力的重要支撑。在新能源车领域,比亚迪持续引领,在国内率先达成30万辆产销规模。更值得一提的是,比亚迪占据了新能源市场13-30万元中高端市场70%的份额,不管是在销量规模还是在销售质量上,比亚迪都遥遥领先。今年第一季度,比亚迪也迎来了开门红,新能源乘用车销量同比暴增200%以上,乘用车销量同比增长超过20%。

毫无疑问,随着国内新能源市场的爆发,比亚迪将成为最大的受益者,这并不仅仅是市场的红利所致,更重要的是比亚迪在造车新时代的背景下,将持续扩大自己在市场上的话语权,在提升市场表现的同时,始终与用户“在一起”,为用户提供“更完美”的用车体验。正如此次活动一样,比亚迪在唤醒消费者追求“仪式感”的同时,与消费者“在一起更完美”!

王 文