

家居消费，卖服务替换卖产品

刘薇

宁夏绿色智能家电家居服务企业“进社区、进商场、进平台”已在兴庆区启动。从一系列活动及后续阶段性行业联动可见，为了促进家居消费升级，卖产品之概念已被替换为卖服务。

卖服务，卖的是场景化消费+用户体验。家电市场由增量转为存量的同时，家居家电融合已是必然趋势。一方面，消费者需要更加专业整体的解决方案，如空间布局规划、视觉色彩规划、产品组合等；另一方面，单体维护与换新的需求也在增长。这两样实际上都倒逼着家电、家居、家装企业建立起一体化服务体系，整合多方资源为消费者提供一步到位解决方案，实现从卖产品到卖服务的转变。

本次活动除了带来厨房旧改及家电整体换新一站式服务方案，还提供免费公益服务，包括燃气泄漏检测、水质检测、网络调优、家电清洗维修、房屋布置、闲置物品置换等，足可见跨界资源整合背

后，企业、卖场皆有渠道向前的趋势。若能如报道所说，继续阶段性实施行业联动，让居民充分体验到“家电服务就在家门口”的便捷，必将更进一步促进家电与家居家装融合的场景化消费。

此外，据媒体报道，启动仪式上，银川第一家“家电清洗中心”正式授牌成立。这表明一体化服务体系建设需要有平台支撑。通过政府引导、协会支持、企业参与，打造线上家居服务平台，使其成为全区家电家居销售服务综合指挥平台，这是未来的一项重点工作。

一头聚焦产品，一头连接用户，追求的就是专业化能力和效率。平台既有指挥功能，应能有效撬动整合资源，构建过程中需做好流程管理，关注到产品和人员架构、售后服务等主要因素，规范销售、安装、维修等环节，以“全程可查”之透明成为一个质量服务追溯平台，促进各相关企业强化自身服务能力。

夜市招聘会让更多方受益

周志翔

7月19日晚，永宁县举办首届“才聚永宁、携手未来”人才节启动仪式暨“百日千万”专项招聘会，70余家企业携3000余个岗位“挑灯揽才”。本次招聘会打破以往常规模式，充分利用夜市人流量大的特点，将“夜间经济”与人才服务相结合，为用人单位和求职者开辟新的沟通途径。

时值盛夏，白天气温炎热，晚上出门是更多人的选择。夜市招聘会换个时间，为求职者提供了一个便捷、灵活的求职平台，尤其是对于那些白天忙于其他事务或居住较远地区的人来说，这种形式的招聘会给找人才和找工作的供需双方提供了交流的机会。既然是夜市，消费活动也是必不可少，对于小微企业、初创公司以及个体工商户而言，夜市招聘会也是展示自己、吸引人才的好机会，有助于丰富创业和消费场景。

传统招聘会往往受限于时间、地点和形式，而夜市招聘会以其特有的灵活性和氛围感，可以吸引更多年轻、有活力的求职者。企业和求职者可以直接面对面交流，这种多元化的招聘渠道，放松的招

聘氛围，有助于企业与求职者实现更好的沟通。

夜市差异化发展的探索之路。夜市招聘会选择在社区和商业集中的街区，不仅是一个招聘的场所，更是一个固定范围内街区经济的体现。将招聘元素注入“夜经济”，不仅能丰富夜市业态，增加多方互动交流的机会，也能走出夜市的差异化发展之路，在众多夜市同质化发展的当下，也许能够脱颖而出。

办好夜市招聘会，可以延伸不同方向。根据招聘目标群体和行业特点，设定一个鲜明主题，如“工厂技术人才夜市”“大学生专场夜市”等，以吸引特定类型的求职者和企业。了解目标求职者的需求和特点，以及企业的招聘需求，确保招聘会的针对性和实效性。推出“零工岗”“妈妈岗”等特色岗位专区，满足不同求职群体的需求。在夜市招聘会上，还可以设置政策咨询、技能培训等区域，为求职者提供全方位的服务和支持，促进就业信息的流通和共享，真正让夜市招聘会服务到老百姓家门口。

物业小程序撬动民生大服务

吴戈

早前，“i银川”平台上线了“业主电子投票”板块，可提供业主电子投票、社区登记、社区公开等服务，有效解决了物业管理信息不透明，业主不自知；居民本人参与决策少，业主不自治；维修改造需求难落地，业主自治难等难题。使用物业电子平台征集业主意见，不仅省时省力，结果还准确，真正做到了让数据“多跑路”、业主“少跑腿”的效果。

物业电子平台的上线，最直接的效果就是提高了社区管理效率。以往需要征求大家意见的时候，往往需要安排专人挨家挨户收集信息，不仅需要投入大量人力成本，还要考虑业主的上下班时间，最后还有可能出现收集数据不完整的情况。就比如有的小区在成立业主委员会的时候，就因为参与选举投票的人数不足，最后导致业委会无法成立。物业电子平台的上线，就会改变这一现状，至少在投票环节每位业主都可以及时参与。同时，业主也可以通过平台了解小区更多情况。

物业电子平台只是智慧物业管理的“冰山一角”，智慧物业管理将是物业管理行业的新趋势，利用先进的信息技术，实现物业管理的智能化、便捷化，为小区居民提供更加舒适、安全的生活环境。智慧物业平台的推广和应用，不仅有助于提高物业管理效率和居民生活质量，还可以降低物业管理成本，促进业主参与小区管理，推动小区和谐发展。相信随着技术的不断发展，智慧物业管理的模式将在更多小区应用和推广，在为小区居民带来更好生活体验，帮助物业解决现有管理难题的同时，还能积累更多有助于提升城市管理水平的数据，帮助城市管理者进一步优化城市管理模式，创新管理方式，让广大市民有更多获得感、幸福感、体验感。

我也来

谈谈

警惕炒卡牌背后的消费误导

孙瑞亭

如今，卡牌在中小學生群体中颇受欢迎，不少人借机进行炒作，宣称一些“稀有”卡牌在二手交易平台能够卖出超高的价格。

卡牌其实并不贵，但采取“盲盒”的形式来销售，而且其中含有一些数量较少的特别版，这就“拿捏”了不少中小學生等消费者的收集心理。因工作原因，笔者走访过多家学校周边的文具店、玩具店发现，在售的品牌卡牌不论何种IP、规格，包装上均明示了不同卡牌的种类和出现概率，而且部分品牌的卡牌通过线上小程序来查询出现率，往往所谓的“稀有”卡牌按照平均出现概率来换算，在某一区域少则数千多则过万，能在二手交易平台上炒出超高的价格可能性并不大。在一些玩家看来，一些“稀有”卡牌确实存在溢价空间，但也就从单张5元、10元到几十元、上百元不等，并不会太过离谱，一旦卖得过高就会处于有价无市的状态。

之所以时不时会有“稀有卡牌炒出天价”的消

息传出，除了不明真相者的误传误导，也不排除别有用心者故意炒作，想以此来博眼球并赚取流量谋利，或者想通过虚抬价格，设置新消费陷阱，尤其是对缺乏甄别能力的低龄消费者进行诱导性消费。应该看到，当前围绕卡牌已经衍生出花样繁多的营销手段，从最初的线下“盲盒”销售，到如今的线上直播拆卡、直播抽卡、直播鉴卡、稀有卡评定等，不少成年人都沉迷其中，更别谈缺乏自控能力的中小學生群体。以直播拆卡为例，作为直播界的新宠，一些拆卡直播间居然有上万人深夜围观，其中不乏未成年人，而且花费不菲。尽管很多拆卡直播间标着“未成年人禁止购买”，但并没有进行严格的身份核验，而是以刺激的氛围、新鲜的玩法让未成年人频频“上头”并进行诱导性消费。要知道，未成年人自控力薄弱，沉迷于这类消费行为，势必会给他们带来身心方面的伤害。

显然，无论是拆卡、抽卡还是鉴卡，往往都会

强调卡牌的“稀有”程度，营造出对“高价卡”“天价卡”的追捧氛围，以此作为营销手段，从而鼓动围观者进行消费。因此，在强调警惕炒卡牌背后的消费误导外，非常有必要对卡牌产品的衍生服务加强管理。从目前的情况来看，相关职能部门对卡牌生产、经营企业的监管、督促力度并不低，笔者就经常能够看到市场监管部门对中小学周边的文具店、玩具店进行日常巡检，规范其经营行为，包括明示不同种类卡牌的出现概率、不得向未满8周岁未成年人销售盲盒类产品等。不过，对于线上出现的直播间拆卡、抽卡、鉴卡、评卡、二手交易等新消费场景，似乎还存在监管空白，因此也让通过炒作卡牌价值来误导消费的行为有了“施展”空间。因此，对于这类新现象、新问题职能部门要创新监管方式，直播平台也要担负起管理责任，家长和学校也要积极引导，从而形成合力来培养青少年正确的消费观。