

双十一提前启幕：“内卷”升级，直播间成新战场



1-9月江苏社会消费品零售总额同比增长19.5%

近日,据江苏省统计局发布的数据显示,今年前三季度,全省消费投资加快恢复,工业出口快速增长,“进”的动能蓄势发力。

从消费市场看,前三季度,全省社会消费品零售总额同比增长19.5%。其中,9月份同比增长5.3%,比8月份提升8.2个百分点。

限上零售业销售额、餐饮业营业额9月份分别增长4.3%、8.7%,比上月回升11个、24.1个百分点;限上住宿业虽同比下降8.2%,但降幅比8月份大幅收窄35.5个百分点。

重大项目支撑有力,前三季度全省十亿元以上项目个数同比增长24.1%,完成投资增长13.5%,对投资增长贡献率达45.3%。(小孙)

这款冰箱能“聊天” 智能家电提供新体验

时下,人们对品质、时尚、健康生活方式的渴望,随着5G、AI等技术及家电产品深度融合不断突出,而智能科技带来的便捷性正是新需求之一。近日在无锡苏宁广场店举行的松下智能冰箱NR-E452系列新品首发活动上,发布的NR-E452SX-W这款新品就支持用户通过对话实现温度调节、食材管理等功能设置,为消费者提供了更加智能化、便捷化的人机交互体验。

智能家电已经遍布生活的多个领域,但在冰箱细分领域,相关智能产品还相对较少。以AI为代表的创新技术与消费者日常高频使用的冰箱深度融合,消费者可通过手机APP对食材食用状况、食材保鲜时长、冰箱各区间温度等数据进行实时监测,并能远程对各功能区温度、状态进行调整以及查询菜谱。(朱洁)



科技赋能 共同担当 ——中国人保集团召开大灾应对研讨会

近日,中国人民保险集团在北京召开大灾应对研讨会。

研讨会聚焦“大灾中保险的应对与责任”主题,通过对当前灾害形态多样性变化,大灾应对的国际经验、前沿科技、先进理念和发展政策的分享以及对河南郑州“7·20”特大暴雨灾害等大灾应对工作的全面总结。

中国人保集团总裁王廷科出席会议并致辞。他表示,大灾应对事关经济社会发展和国计民生,建立和完善巨灾保险制度,发展巨灾保障产品,做好灾后理赔服务,是保险业深度参与社会治理的重要内容。中国人保将发挥行业引领作用,深入践行“承保+减损+赋能+理赔”保险新逻辑,充分利用自身优势,带领行业推动大灾风险保障和应对工作取得新突破。

研讨会分别采取了专家主题演讲和圆桌论坛的形式,邀请到清华大学公共安全研究院院长、中国工程院院土范维澄,以及来自气象局、地震局、国家减灾中心、中国保险学会、慕尼黑再保险等多家机构的专家进行了精彩的现场分享。

与会专家围绕安全科技助推大灾保险的创新;台风、地震大灾的预警防范技术经验;多灾种综合风险防范机制以及巨灾保险的国际经验等内容,共同解读保险行业在大灾应对中面临的机遇与挑战,谋划行业大灾保险工作的发展方向和提升全社会大灾应对能力的思路。

研讨会上,与会专家也对加强巨灾风险应对提出了一些建议,认为要加强顶层设计,完善相关立法和政策支撑,增强巨灾专项财政资金的扶持力度,开展巨灾保险供给侧改革,推动产学研和保险业对接与合作,共同增强全社会应对巨灾的风险防范能力。

研讨会结束后,中国人保还组织了内部研讨环节,安排各地分公司相关专家,对当地大灾应对经验进行分享,从理论和实操多个层面加深对会议主题的理解。

参会人员表示,通过本次研讨会一方面看到了保险业尤其是中国人保在大灾应对过程中的能力与担当;另一方面,也拓宽了视野,对保险业如何抓住机遇,完善多层次的巨灾风险分散机制,提高巨灾保险覆盖面和保障程度,以及如何加强科技赋能,推动巨灾风险管理数字化、智能化等问题有了更深刻的认识。



PICC
中国人民保险
人民有期盼 保险有温度

双十一进入倒计时,各大商家的营销卡位赛也已打响。抢预售付尾款、购物车凑满减、组队玩游戏……五花八门的玩法,让双十一成为消费者的购物主战场。如今,双十一预售铺垫越来越靠前,多家头部电商平台也开启错峰对抗,从单纯的低价比拼逐步升级到商品、服务、供应链等多维度之争。那么,今年双十一有何消费新趋势?锡城消费者在网购过程中又该注意哪些方面?

随着双十一大战提前开启,锡城不少市民都变身“剁手党”,在各个电商平台、直播间内不断买买买。

10月20日晚饭后,家住滨湖区的市民张女士在多个的直播间来回观看了数小时的直播,买到了不少自己心仪的商品。“我很早就在微博上看到了双十一预售的宣传广告,今年不用熬夜,晚上8点就开始了,所以一早就去直播间等着下单。我还专门和几个闺蜜建了一个微信群,可以相互推荐产品、发送链接,最

如今,伴随线上营销常态化,商品价格日益透明,各大电商平台很难利用补贴、满减、红包等方式形成有力竞争,“全年最低价”的吸引力正在减弱。在新吴区国际创新园工作的白领俞恺文告诉记者,她在网购时,相比价格,更看中商品品质和服务体验。“比如,在网购易碎易坏等特殊商品时,我会关注店铺有没有送运费险,有没有闪电退货、损坏包赔等服务。对我来说,全方位服务的到位、体验

在线上狂欢的同时,不少线下实体店也在摩拳擦掌,开始预热双十一活动。无锡海岸城相关负责人告诉记者,自本周起,海岸城购物中心将开启双十一的促销活动,零售、餐饮等商家都有超低折扣,消费满一定金额还有精美好礼赠送。“今年双十一我们推出的促销活动丰富,希望能通过线上线下联动、丰富产品供给等措施来促进消费增长,同时也

今年预售不熬夜

后我买了一台美容仪、两套护肤品,还有一些其他日常生活用品。”张女士表示,付完定金后,今年双十一就不打算买其他东西了,安心等着支付尾款。

记者了解到,近两年,直播带货热度一直不减,特别是今年双十一,直播已成为吸引客流的必争之地。来自淘宝直播的数据显示,10月20日当天,淘宝平台

共计有约1.4万场直播开播。有报道称,其中,李佳琦、薇娅两名主播双十一首场直播销售额分别达到约121.3亿元、80.7亿元。

有业内人士表示,如今,直播已成为各大品牌促销的标配,也是促进业绩增长的有效方式。“作为销售场景的一种有效扩展,直播电商近几年来呈现出火爆

发的态势,越来越多品牌、商家将直播作为主要的销售手段。特别是近年来,随着电商大促愈发频繁,购物节在传统模式上对消费者的吸引力正在下降,但是,直播间却牢牢占据‘C位’,成了吸引消费者的主阵地。”

该人士表示,当前,像抖音、快手这些直播平台的存在感越来越强,很多品牌也意识到了全域运营的重要性,纷纷加快构建全渠道发展模式,拓宽自身经营空间。

从“拼价格”到“拼服务”

感的升级比单纯的低价更有吸引力,我也愿意为其买单。”

为了顺应消费趋势,今年双十一,不少电商平台积极调整服务,逐步从“拼底价”向“卷服务”延伸,不断优化消费体验。围绕极速退、淘宝推出“后悔药”服务,会员发起未发货订单退款申请,无须

商家审核,平台将自动退款,针对合理请求的已发货的商品,平台亦能快速垫付退款。在快递取退方面,拼多多退货可一键免费让快递员取件,信用良好用户一键退款并立即到账;苏宁易购物流升级大件送装、快递到家服务,已覆盖300多个城市。无锡商业联合会会长黄建华对记者

表示,电商行业在经历多年的竞争与迭代后,能更精准洞察消费者的需求和偏好。今年多数商家关注的重点在于,如何提升消费体验的差异化服务。“‘商品+服务’一体化不仅是行业趋势,也是经济增长的新方向。如今,各大商家都在积极拓展新的‘潜在服务需求’,希望能抢占新零售经济的进阶先机。在未来,商家不但要比产品、比服务,还要拼特色、拼体验,这样才能规范市场,推动行业良性竞争发展。”

全民狂欢更需环保消费

为锡城市民带来更高质量的服务和更多元的消费体验。”

眼下,围绕双十一大促的活动越来越多,花样翻新的营销套路也令不少消费者深陷其中。

对此,黄建华提醒广大消费者,在购

物时要结合自身需求,理性消费,时刻警惕价格陷阱。“每年的购物季,也是电商平台各类消费纠纷案件的高发时期。消费者最好提前查看价格进行比对,防止价格猫腻,如果消费者遭遇纠纷,应保留好与商家的聊天记录、促销页面信息等

消费证据,并在第一时间与卖家或电商平台联系,积极维护好自身的合法权益。”黄建华表示,非理性消费还会带来资源的闲置与浪费,废弃不用的物品回收不当,还会带来二次污染,因此,市民网购时应以“注重环保”为出发点,树立绿色生活理念,力争让双十一成为全民环保消费日。(小尤)

《个人信息保护法》实施

中消协提示:未经消费者同意经营者不得推送商业信息



近年来,中国消费者协会在开展消费维权工作中发现,消费者反映比较突出的个人信息问题主要集中在手机APP过度索权、消费者个人信息被泄露、非法推送商业信息、“大数据杀熟”以及敏感个人信息的非法处理等方面。

11月1日,《个人信息保护法》正式实施,这是一部保护公民个人信息的专门法律,与《民法典》《网络安全法》《数据安全法》《电子商务法》《消费者权益保护法》等法律共同编织成一张消费者个人信息“保护网”。中消协于日前发布消费提示,提醒经营者采取切实措施保护消费者个人信息,提醒消费者认真学习、主动用法。

■ 落实“告知—同意”规则

要切实落实“告知—同意”规则,明示处理个人信息的目的、方式和范围。经营者应当制定处理消费者个人信息的规则,遵循公开、透明原则,公开个人信息处理规则,明示处理的目的、方式和范围,并提供便捷的撤回同意的方式。任何组织、个人不得非法收集、使用、加工、传输消费者个人信息,不得非法买卖、提供或者公开消费者个人信息。收集消费者个人信息,应在

事先充分告知的前提下,保证消费者知情,并征得消费者本人同意。经营者不得采取一揽子授权、强制同意等方式处理消费者个人信息;未经消费者同意,经营者不得向消费者推送商业信息。

■ 不过度收集消费者个人信息

要满足个人信息处理的两个“最小”原则,不得过度收集消费者个人信息。经营者收集使用个人信息应当具有明确、合理的目的,并限制在对个人权益影响最小的方式和实现处理目的的最小范围,不得过度收集消费者个人信息。除法律、行政法规另有规定外,个人信息的保存期限应当为实现处理目的所必需的最短时间。除了提供产品或服务所必需的个人信

■ 严格限制对敏感个人信息的处理

要严格限制对敏感个人信息的处理,小区、经营场所不能强制业主或者消费者进行人脸识别。敏感个人信息一旦泄露

或者非法使用,容易导致自然人的人格尊严受到侵害或者人身、财产安全受到危害的个人信息,包括生物识别、宗教信仰、特定身份、医疗健康、金融账户、行踪轨迹等信息,以及不满十四周岁未成年人的个人信息。法律对其设置了特殊处理规则,即《个人信息保护法》第二十八条第二款中规定“只有在具有特定的目的和充分的必要性,并采取严格保护措施的情形下,个人信息处理者方可处理敏感个人信息”。人脸识别作为一种敏感个人信息,一旦泄露容易对个人的人身和财产安全造成极大危害,甚至还可能威胁公共安全。小区物业、经营场所将人脸识别作为出入的唯一验证方式缺乏充分的必要性,也很难采取严格的保护措施,应当提供其他替代性的验证方式供业主或者消费者自主选择。经营者更不能为了商业目的非法收集消费者的人脸识别信息。

■ 禁止大数据杀熟

利用个人信息进行自动化决策要合法,禁止“大数据杀熟”等行为。《个人信息保护法》规定个人信息处理者利用个人信息进行自动化决策,应当保证决策的透明度和结果公平、公正,不得对个人信息在交易价

格等交易条件上实行不合理的差别待遇。通过自动化决策方式向个人进行信息推送、商业营销,应当同时提供不针对其个人特征的选项,或者向个人提供便捷的拒绝方式。因此,经营者不能利用自身掌握的消费者经济状况、消费习惯以及对价格的敏感程度等信息,对消费者在交易价格等方面实行歧视性的差别待遇,也不能在未获得消费者授权的情况下通过用户画像来开展精准营销。

■ 互联网平台要保护好用户个人信息

大型互联网平台还要注意履行特殊义务,需当好个人信息保护“守门人”。提供重要互联网平台服务、用户数量巨大、业务类型复杂的个人信息处理者还应按照国家规定,建立健全个人信息保护合规制度体系,成立主要由外部成员组成的独立机构对个人信息保护情况进行监督。遵循公开、公平、公正的原则,制定平台规则,明确平台内产品或服务提供者处理个人信息的规范和保护个人信息的义务。对严重违法、违反法律法规处理个人信息的平台内的产品或服务提供者,停止提供服务。定期发布个人信息保护社会责任报告,接受社会监督。