

生活潮购

### “同味圈层”成消费新亮点 你也追寻“本命香”吗？

不少细心的消费者会注意到，近年来我市各个商业街、商场等地出现越来越多“酒瓶式”“吧台式”香水专柜。记者了解到，随着香水消费越来越大众化，“本命香”这一概念也越普及，进而衍生关于香水的“同味圈层”。

“不少年轻人喜欢我们柜台的‘檀香’以及‘无花果’这两款。”从事多年美妆行业的专柜业务员李女士介绍道，近年来，越来越多的消费者对提升生活质量的渴求升级到了嗅觉层面，带动香水消费增长。

如今，香水种类繁多。年轻消费者出于对心仪的香水、香氛的喜爱，逐步衍生出“同味圈层”。在电商平台，香水专卖店大多拥有着为数不少的粉丝群体。市民王女士便将无花果味的香水作为自己的“本命香”，无论时间有多紧张，她在早上洗漱之后、出门之前，都会打开放在门边木柜上的那瓶“无花果香水”，喷在身上，然后才前往办公室或者社交场合。“无花果味可以带来淡雅与平静感，我特别喜欢这个味道，平时家里跟身上都会备一瓶。”周女士表示，香水甚至会给她带来奇妙的安全感，即便去到一个陌生场合，熟悉的香味也让她变得镇定。

石狮市网商协会相关人士表示，如今不少香水厂家开始改变经营策略，把香水按照年轻人更易接受、更具有新鲜感的方式重新分门别类，这也进一步促进“同味圈层”的形成。他说：“从整体上来看，年轻的消费者呈现出个性化、多元化的消费特征。以兴趣圈层为主的圈层经济，正成为近年来的消费新亮点。”（记者 王文豪）



### “顺手买”暗藏套路

经常网购的消费者可能会注意到，在电商平台购物结账时，页面下方会出现“顺手买一件”或推荐换购的促销活动。正常情况下，所推荐的商品价格比正常市场价更划算。然而，有消费者反映，其“顺手买一件”9.9元的啤酒，还有1个多月就过期了；也有不少网友反映，顺手买的东西价钱并没有比直接购买便宜多少，但品质差异明显，甚至部分促销商品价格会高于直接购买价。

近日，市民林先生也向记者反映，其最近在市区某自动贩卖机购买饮料时，险些掉入“顺手买”陷阱。“购买的饮料标价4.5元，但在提交订单结账时，价格自动变成4.7元。仔细一看，才发现自己在购买饮料的同时还购买了一种‘骑士卡VIP特权’，这个‘特权’正是那多出的0.2元。”林先生表示，系统没有任何提示，而是默认勾选购买，“如果不注意看，就被‘顺手买’了。”

“我在别的软件上也遇到过类似

套路，所以买东西都会仔细留意一下。”林先生说，还有一些网络购票平台存在着车票、机票捆绑消费和默认勾选的现象。他认为，这些套路屡见不鲜，消费者在没有任何提示的情况下“被迫选择”，这显然是损害了消费者的权益。

### 有些“顺手买”涉嫌侵犯

“‘顺手买’本质上是电商平台或商家的一种营销手段。”有业内人士告诉记者，“顺手买一件”消费过程中，有些消费者确实买到了物美价廉的商品，表示“顺手买1件”很划算。然而，也有个别商家动起了“歪脑筋”，趁机兜售劣质、临期或者鸡肋商品，甚至直接默认勾选购买选项。不少消费者是在不了解甚至是不知情的情况下被“顺手买”，没有对商品信息进行更多的比较和了解，这也导致不少消费者付款后遇到虚假发货、商品质量差、维权难等问题。

该业内人士表示，根据消费者

## 警惕“顺手买”套路



黄韵诗/图

权益保护法，消费者有权要求经营者提供所售商品价格、产地、生产者、用途、主要成分、生产日期、检验合格证明、使用方法说明书等有关情况。如果“顺手买”的商品在消费者购买前，并未展示商品的详细介绍及评价，涉嫌侵犯消费者的知情权。

相关部门提醒，消费者在选择电

商平台购物时，一定要擦亮双眼，仔细查看是否有默认勾选的选项，不要轻易点击付款。如果一旦购买了不必要的服务和产品，可以通过截图保留好相应的证据，与商家协商解决；如果协商不成，可以向市场监管部门或者消费者维权组织进行投诉举报，也可以直接到法院起诉。（记者 林本鸣 见习记者 吕沐华）

### 今年秋冬流行“美拉德”穿搭



近段时间，国内流行起一股新时尚风潮——“美拉德”风穿搭。记者了解到，这是一种棕橘色系的流行穿搭，来源于“美拉德反应”，可以简单地理解为生牛排逐渐受热变化过程中所产生的色彩变化，以棕色与橘色为打底，延伸出一系列金棕色、可可色、焦糖色等。

随着近期服装市场秋装大量上市，“美拉德”标签在各大社交平台热度居高不下。在一些电商平台，已有许多商家在服装商品页面添加了“美拉德”的标签。在线下服装门店，“美拉德”穿搭同样颇受欢迎，成为不少消费者选购秋冬服装的“风向标”之一。（记者 林本鸣 郭雅霞）

### 市井街拍

### 绚丽彩灯扮靓 中秋节日氛围

中秋节快到了，我市不少商家已经开始为中秋节消费提前布局。近日，记者在我市一些商场里看到，彰显中秋节文化色彩花灯玩具，被摆放在醒目位置。花灯以玉兔造型为主，也有色彩多样的霸王龙形象，受到很多小朋友的欢迎。（记者 王国良 郭雅霞）



### 月饼市场升温 不少品牌“轻装”上市

随着中秋节日益临近，月饼市场逐渐升温。笔者来到某大型商场，只见各式各样的月饼被摆在商场最显眼的地方，让人感受到浓郁的中秋节日氛围，琳琅满目的月饼占据着卖场的醒目位置。

现场，大多数月饼礼盒为纸盒或塑料盒，包装为一到两层，每盒

售价从70元至300元不等。散装月饼区，蛋黄、莲蓉、豆沙等口味的月饼整齐排列，包装则是透明塑料盒或塑料膜，每盒售价基本不超过20元。散装月饼区的消费者明显比买月饼礼盒来得多。“我买些尝尝鲜，这种‘简装月饼’经济又实惠。”市民刘女士边挑选边说。

笔者发现，今年不少月饼品牌主打“轻装”上市。今年许多厂家根据市场需求，都喊出了“月饼还是以吃为主”的市场定位，提出了“不玩造型、狠抓质量”的口号。所以，今年的月饼在包装材料上多采用纸盒、铁盒等普通材料。（张诗瑶/文 郭雅霞/图）

### 12315 直通车

### 设备出现故障 商家不予退款

消费者张女士致电12315投诉举报热线，称其10天前在宝盖镇水上世界购买了2次卡，一次258元，已用掉一次。9月10日，打算使用第二次，商家却说设备出现故障，给予延期到明年消费。“我要回老家，今后不在当地了。”张女士与商家协商退款258元，遭拒，故投诉。经过调解，商家同意退款给消费者。（记者 谢艳 通讯员 王国金）

### 购买品牌手机 商家不予退换

消费者林先生拨打12315投诉举报热线，称其9月9日晚上在宝盖镇辖区一家通讯店购买一款华为手机，商家诱导其购买另一个品牌的手机。“商家称该手机也是华为手机，实则不是，与商家协商，商家不予退换，故投诉。”经调解，商家为消费者更换一部手机。（记者 谢艳 通讯员 王国金）

### 给汽车做保养 机油没有加满

消费者吴先生拨打12315投诉举报热线，称其9月8日到宝盖镇一家汽车养护中心保养汽车。“次日，我开车的时候警示灯突然亮起，才发现机油没有加满。”宝盖所执法人员接到投诉后，立即与商家取得联系，经调解，商家给消费者补足机油，同时，商家对于自己操作失误，向消费者道歉。（记者 谢艳 通讯员 王国金）

### 理发店倒闭了 商家不予退款

消费者蔡先生拨打12315投诉举报热线，称其5月份到宝盖镇辖区一家理发店充值300元，没过多久该店铺倒闭了。“当时倒闭的理发店由两个老板经营，倒闭后其中一个老板退股，另一个老板到宝盖镇濠江路继续经营。”蔡先生与继续经营的商家协商，“商家起初同意退款，后来反悔不予处理。”经调解，商家全额退款给消费者。（记者 谢艳 通讯员 王国金）

### 前往餐厅用餐 结账多收五元

消费者吴先生拨打12315投诉举报热线，称8月份其在宝盖镇辖区一家餐饮店里用餐，点了一份米粉，价格是26元，结账时商家多收5元，联系商家不给处理，故投诉。经过调解，商家退还5元给消费者。（记者 谢艳 通讯员 王国金）

### 大瓶装饮料正在征服年轻人



濠江路某便利店店主表示，在他的印象中，大瓶装饮料已出现多年，但是今年的销量明显好于往年，其中1升左右的饮料卖得最好。而随着购买大瓶装饮料消费者的增多，他也随之调整了进货比例，该店主说：“去年，大瓶装饮料大概占总体进货量的三分之一，但今年已经和小瓶装饮料对半开了。从销量上来看，1升左右的茶饮类饮料销量要明显高于大瓶的碳酸饮料、果汁。”

消费者爱上大瓶装，这一趋势也影响了品牌方的生产。不少饮料厂商主动迎合消费者，纷纷做大瓶装。老牌的康师傅、统一等品牌在多规格、多价格的策略下，推出了1升装及1升以上的大瓶装产品矩阵。而东方树叶、三得利、元气森林等网红茶饮、气泡水，也于今年推出了大瓶装，市场售价在6—10元之间。

对消费者而言，大瓶装是更具性价比的选择。而对品牌方来说，大瓶装同时也是一种低成本的营销方式，一方面在视觉上更具吸引力，并能够增强其在线下空间的吸引力；另一方面，能够放大产品的差异化卖点，提升消费者复购率。（张诗瑶）

笔者发现，如今，大瓶装饮料正在征服越来越多的年轻人。不少便利店店主表示，相较于往年，今夏以来大瓶装饮料的销量明显增多。在不少互联网社交平台上，也频频出现一些饮料分享贴，有网友说道：“500毫升3.5元、1升4.5元，多加1元，就能有双倍容量，可谓是性价比拉满。”

### 老国货品牌引热议

近日，老牌国货蜂花、鸿星尔克、汇源果汁、郁美净等不少品牌轮番上热搜，引发网友热议，销售额暴涨。高性价比是国货一直以来的优势，在直播个性化场景、专业化解读的助推之下，国货品牌的信任度不断被提高，产品的优势更为突出。加上直播电商售后服务和物流质量得到提升，以及互联网流量加持，消费者对国货品牌的关注和购买力度逐渐攀升。

在大家的印象里，一些老国货品牌拥有好用、耐用的高质量产品，却在当下网红品牌林立的市场竞争中显得有些无力。不过，借助互联

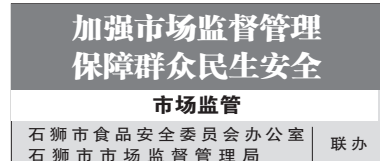
网直播带货浪潮，不少老国货品牌也出现了连夜“翻红”、直播间边学边卖、面对激增的订单手忙脚乱等情况，连带着助推更多国货品牌“重获关注”，不仅产品大卖，而且粉丝大涨。

有网友表示，国货销售暴涨的背后，是消费者对优质产品以及合理价格的长期诉求。近年来，也有不少所谓“新国货”商品走红，但收到的往往是消费者“营销过度”“价格虚高”等评价。再与一些国际品牌几番对比下，消费者更愿意将目光投向线下正平价好用的国货品牌。（张诗瑶）

## 石狮市场监管部门开展中秋月饼检查工作

中秋佳节将近，近期石狮市市场监督管理局开展了中秋月饼专项检查工作。灵秀镇市场监管所、凤里街道市场监管所、祥芝镇市场监管所等基层市场监管所积极行动，持续加强市场排查力度。

为了广大市民吃上放心的月饼，市场监督管理局执法人员针对辖区大型商超、烘焙糕点店等月饼销售单位以及相关食品加工企业开展专项检查。主要检查生产经营户是否证照齐全、月饼是否标明厂名、生产日期、保质期等信息，是



否存在以次充好、掺杂使假等情况；指导督促经营者健全进货台账，建立索证索票制度，并告知经营者月饼不能过度包装；加强中秋节月饼价格和过度包装监管工作，督促经营者做好商品价格明码标价。

现场检查中，食品安全整体情况良好，针对检查中存在个别不规范管理行为，执法人员已责令相关单位立即整改，及时消除食品安全隐患。下一步，石狮市市场监督管理局将持续加强中秋期间月饼监督检查和抽检力度，督促经营户落实食品安全主体责任，进一步消除食品安全风险隐患，不断提升食品安全管理水平，让人民度过一个安心舒心的中秋节。（记者 谢艳 通讯员 曾忠平 王鸿泽 蔡雅萍）