安徽人的生活指南

市場星報
全国数字出版转型示范单位

新闻热线 62620110
广告垂询 62815807
发行热线 62813115

总编办 62636366
采编中心 62623752
新闻传真 62615582
Email ahscb@mail.hf.ah.cn

零售价 1元/份
全年定价 240元

法律顾问 安徽美林律师事务所 杨静 律师

承印单位 安徽新华印刷股份有限公司

安徽财经网
www.ahcaijing.com

星报传媒
全媒体矩阵

官方微信scxb123

掌中安徽APP客户端
掌中安徽微信
星报官方微博
安徽24小时
星报技术中心
小记者
医药与健康
炒股经

对消费者抱怨需多些自信与求证

□ 卞广春

时评 ShiPing

丈夫刘春林因为抱怨“喜多多椰果王果粒饮料”里的果粒拽不断，“吃了要死人”的视频被传上网，就被逮捕了，何荣霞至今没想通。今年1月13日，涉事企业福建省泉州喜多多食品有限公司一位工作人员表示，抓捕刘春林等三人确系公司向晋江市公安局报案，此外不愿多谈。(1月18日《华商报》)

从视频画面中看出，刘春林是在求证“喜多多椰果王果粒饮料”里的果粒拽不断，随口抱怨该饮料会“吃死人”的。其中，有两种可能：一是“喜多多椰果王果粒饮料”里的果粒的确有问题，二是刘春林对“喜多多椰果王果粒饮料”里的果粒拽不断存在误解或认知缺陷。但不论刘春林的求证是否准确、科学，涉事企业急于报警抓人，都让普通消费者无法释然。

涉事企业其实可以采取更温和而又能扩大企业知名度的方式回应消费者的质疑。比如，说明“喜多多椰果王果粒饮料”里的果粒之所以拽不断的原因，指出椰果肉与其他水果的不同，让消费者相信果粒拽不断是可以通过咀嚼处理的。这就使消费者的质疑和抱怨失去了可信度，还能通过媒体做一次免费宣传。如果能让食监部门做这件事，就更权威、效果更好了。

当然，涉事企业报警也会扩大知名度，只不过消费者对果粒拽不断的道理仍然费解。由于消费者对当事人被抓的命运易产生本能的相怜心理，还能激起内在的不服与抵制，影响企业的信誉与产品的销售。企业与消费者本是一根藤上的两枝花，企业维护自己的主权，捍卫产品的信誉，应顾及消费者的感受。心里没有消费者，却让消费者买企业或者某商品的账，是不合情理的。

尽管事情的结果仍有待司法部门的进一步调查、审理，但消费者对购买的食品问题提出质疑并吐槽，并不会因此停止。刘春林等人被抓，倒是提醒人们谨慎说话。这对提高食品安全和消费者维护自身权益都不是什么好事。



不容置疑　王恒/漫画

刘春林等人被抓后，网民有对商品评价权利的叹息，有对司法权威的质疑。刘春林与涉事企业并无恩怨，与同事共同讨论果粒拽不断的事，没有损害商品声誉的动机，也不是在公众场合蓄意损害商品声誉，视频的传播和事态的变化并不是他所想象并能控制的。一介平民对欲加之罪也许百口莫辩，但司法部门应留心民意，处理此事时应格外慎重。

非|常道

媒体：因为是表扬稿，就能让“哑巴说话”？

四川《内江日报》1月10日发表了一则新闻，报道导语部分说，居民赵全贵领到被子和衣服后，感动地说，被子衣服如何如何暖和。但紧接着下一段，记者又不动声色地如此叙述着：据了解，今年62岁的赵全贵是一名哑巴……

如此明显的错误，竟然出现在一张市委机关报上，着实令人尴尬。新京报的评论说，因为是表扬稿，就能让“哑巴说话”？从报道的社会整体效果来看，“表扬性报道”同样需保证真实权威。否则，民众对你所说，不仅“狼来了”没人信，连“出太阳了”也没人信。“表扬性报道”马马虎虎，同样贻害无穷，严重消解社会信任。

清华教授：整个社会陷入了一场“忙碌症”

“生活速度越来越快，究竟是好事还是坏事，真说不清。”在清华大学经济管理学院教授宁向东看来，当前社会已陷入了一场“忙碌症”，呈现一种病态。他说，我们思考事情的方式是倒推的：从每一个个体算起，扣除吃饭、睡觉，其他时间全部用来工作，我们需要花多少时间，然后整个组织按照这个编制预算，互相比较。

久而久之，所有人的行为方式、生活方式、甚至价值观都在发生变化。在我们的观念深处，不能允许任何低效率行为的存在。我们一旦看到手下的工作不够熟练，一旦看到事情的进程有些缓慢，就会内在产生焦虑，不由自主地发飙。

微|声音

脾虚黑眼圈？多吃这5种食物

1.红薯：脾虚可用红薯作为主粮；2.板栗：缓解脾虚食少，反胃，泻泄等症；3.山药：熬粥煲汤食用，缓解脾气虚弱，食少便溏，慢性泻泄等症；4.红枣：对脾虚便搪、胃弱食少、气血不足的人来说，经常服用有益；5.香菇：脾胃虚弱、食欲不振、倦怠乏力的人可多吃。　@楚天都市报

门上有小广告，可能是小偷踩点！

你家门上被贴小广告了吗？小心！警方提醒：小偷将小广告贴在十字锁上，如果没动说明家里没人。此外，他们还会在门把手上抹粉，以判断是否有人。马上就要过年了，及时清理门上小广告，若长时间不在家，可请邻居代为清理。　@安徽日报

热点|冷评

正视“暂停霾预警”背后的民意焦虑

宋鹏伟

1月17日晚间，一张“关于暂停霾预报预警业务的通知”图片在微博上流传。当晚，记者从中国气象局相关工作人员处证实了该通知的真实性。该工作人员表示，是因为之前气象局与环保部门在发布霾相关信息时经常会出现不一样的情况。这次将要出台一个联合工作机制，以后霾预警该怎么发，由谁来发，会有一个会商机制。(澎湃新闻网1月18日)

毫无疑问，很多人是犯了“标题党”的错误，只看到“暂停霾预警”几个字就开始质疑，而没有关注到为什么这么去做的原因。近年来，由于空气污染防治力度的增加，预警频发已成常态，然而预警级别“打架”的情况也在多地频繁发生：气象部门发布霾橙色预警，政府应急办却发布重污染红色预警。其实都没错，只是不同部门依据参考的信息不同，气象部门主要针对能见度，而应急办的预警则是立足于全方位防治。普通人也许并不了解这些，事实上也造成了一定的混乱。因此，改进工作机制乃现实需求，确有必要。

所以说，很多人有关“政府试图掩盖坏消息”的担心，可谓找错了目标。常识告诉我们，公众对一件事情的关注度，往往与接近性与重要性相关。空气污染密切关系到每个人的健康，政府治理雾霾的一举一动也牵动着公众的心，加上有些地方政府确实也犯过数据造假和预警不及时、级别不够的错误，因此稍有风吹草动，高度关注甚至是被误读就很正常。

此外，还有一个现实背景不得不提。就在一个多月前，北京市人大常委会发布了《北京市气象灾害防治条例(草案修改二稿)》，明确规定将霾列为气象灾害。很快引发轩然大波，多位环境法专家对此举公开表示反对，他们认为人类活动排放大量污染物是造成霾的根本内因。虽然有关人员说了，这一改变并不影响现有治理的工作格局，但之所以很多人还是担忧，就是因为集体焦虑——对现状不满，期望政府的重视程度能够更高一点，治污措施的力度能够更大一点，见效再快一点……

正视不满背后的深层次原因，以实际行动化解群体性焦虑，显然是对误会最好的解释。

时事|乱炖

“春节自救指南”不是亲情解药

汪昌莲

17日，朋友圈被一段名为《春节自救指南》的约7分钟合唱视频刷屏。这段合唱绘声绘色地表演了一个年轻人春节回家被七大姑八大姨逼问的场景，引起很多网友的共鸣。(1月18日《都市快报》)

不知何故，现今一些年轻人变得如此敏感和脆弱，首先是不愿回家过年，害怕自己的经济能力，承受不了五花八门的“礼数”；即便是回家过年，又对至爱亲朋的关心和问候，表现出了异常的反感。特别是，当父母及七大姑八大姨问起“找对象了没?”等问题时，像是遭“毒舌”咬了一口，感觉很狼狈很受伤。如此窘境下，才会有《春节自救指南》之类的网络神曲横空出世。

不可否认，当今社会生活节奏加快，压力大，年轻人在外打拼，会遇到许多不如意的事情。也许长辈一句问候，触及到了他们的隐痛，但要知道，长辈出自对子孙的关爱，没有丝毫的恶意。作为晚辈，要么坦然面对，坦诚相告，要么向长辈编织一个善意的谎言，称自己一切都好，让长辈安心。如果长辈对子孙在外打拼的情况漠不关心，闭口不问，那才是真正的情感隔膜。

可见，年轻人炮制出来的《春节自救指南》，并非是亲情解药。对于年轻人在春节流露出来的这种焦虑，人们应给予理解而不是指责，就当他们是在给自己减压吧。