

安徽人的生活指南

# 被叫停的“著名商标”何以又活了？

杜学峰

时评  
ShiPing

一些地方实施的“著名商标”制度，被全国人大叫停半年至今，仍有多个省份在整改中“变通”：通过变换认定主体，将原先由工商部门认定改为由地方商标协会继续开展著名商标认定。对此，全国人大常委会法工委认为，这种做法明显是对此前研究意见的曲意变通，应予及时制止。下一步，将对地方商标协会认定著名商标的情况作全面摸底，坚决叫停“著名商标”评选活动。(5月2日《南方都市报》)

“著名商标”评选制度存在了20多年，在起初的时候，确实起到了积极作用，比如促进了品牌意识的形成，助推了质量意识的提高。然而，随着发展方式的变化，随着利益角逐的无序，“著名商标”评选越来越变味，从以往的“质量第一”和“口碑第一”，变成了“花钱买名”。

由此不难看出，所谓的“著名商标”评

选已经与时代格格不入。

一个方面是，以金钱为衡量的“著名商标”，本质是“花钱买的”，导致了虚假荣誉出现，获得了“著名商标”的企业，未必就是“有水平的企业”、“有良心的企业”，其产品可能还不如普通商标，造成了事实上的不公平；另一个方面是，“著名商标”评选结果名不副实，对消费者就是一种误导，侵害了消费者的利益。

市场与口碑是最公平的，商标和品牌到底好不好，让市场说了算，让百姓说了算，国家层面也早已叫停“著名商标”评选。然而，叫停“著名商标”评选，还是遭遇了软抵抗。有的地方虽然叫停了，但是也只是政府管理部门不参与评选了，而是交给了行业协会，而实际上这些行业协会都有管理部门的影子。有的地方则对全国人大的叫停视而不见，当成耳旁风，继续我行我素。

“著名商标”何以阴魂不散？笔者以



“敲破锣” 王恒/漫画

为，组织的部门和参与的企业，是各取所好。评选部门可以借此收取不菲的费用，而那些一心想靠“虚假荣誉”赚钱的企业，也愿意“花小钱办大事”。花了一点钱就可以打着“著名商标”的旗号，换取更大的利益。叫停“著名商标”不能只靠红头文件，而是要铲除“著名商标”起死回生的土壤。

## 时事 | 乱炖

### “手机不进校”值得大力推广

钱凤伟

教育部4月24日印发紧急通知，要求做好预防中小学生沉迷网络教育引导工作，其中包括加强午间、课后等时段管理，规范学生使用手机。4月30日，武汉市太平洋高级中学举行校园开放日。记者了解到，该校去年就已推行“手机不进校”举措，帮助学生戒“手机依赖症”。(5月2日《长江日报》)

实际上，小学生乃至中学生在校究竟能不能使用手机，早就成为一个饱受争议的话题。其实，作为生活用品，评判的依据主要还在于是否必要。手机作为移动通讯工具，其优势是随时随地可以借此进行联络和沟通，但以学习为主的学生并非须臾不可离身。如果确有急事，在通讯如此发达的今天，也不会因为没有手机而耽搁。在笔者看来，“手机不进校”是完全可行的。

相反，随身携带手机，于缺乏自制力的中小學生，更多的是负面影响。学生尤其需要静下心来，杜绝一切外界的干扰。如果手机成为全天候开放的联络、交际甚

至聊天、游戏的工具，只会让人心态浮躁，在学习上分心、甚至产生厌学情绪。

事实上，手机的微信、短信、游戏等功能已经在影响学生的学习和生活，手机中的低俗不良信息，更是一种危害。不仅如此，对于靠家长供养的孩子，购买手机和每月需支付的话费，也增加了家长不必要的负担，而且，随着手机更新换代的不断加快，手机的功能更富有趣味，多数学生将手机视为“新玩具”，在虚荣心驱使下盲目跟风、攀比，更换手机已越来越频繁。这样不切实际的消费行为，其对学生人生价值取向上潜移默化的影响，是负面的、有害的。

中小學生正处于人生观尚未定型、自我控制力相对较弱的成长阶段，为了帮助他们文明、规范、节制地使用手机而作出某些强制性的规定，比如“手机不进校”，是对学生负责，保护未成年人健康成长的积极举措，体现的恰恰是教育“以人为本”的宗旨，如有同学表示，不带手机进校园以后，彻底治好了自己的“手机依赖症”。因此，“手机不进校”值得广为推行。

## 微 | 声音

### 身份证和手机、银行卡一起丢了 记住这6步

- ①致电手机运营商挂失手机号；
- ②致电银行挂失银行卡；
- ③手机绑定支付宝的，拨打95188挂失；
- ④微信用户登录110.qq.com冻结账号；
- ⑤向派出所申报丢失补领身份证；
- ⑥到手机运营商处补手机卡。

@人民日报

## 非 | 常道

### 樊纲：年轻人应该买房还是租房？

中国经济体制改革研究会副会长樊纲：如果你的工作还不是很稳定，就不如租一个面积小一点而租金又比较便宜的房子住。但是，如果你的情况不是这样，比如你要结婚，你们夫妻两个上面的六个钱包都起作用的话，你的父母一个钱包，你的爷爷奶奶一个钱包，你的姥姥姥爷一个钱包，你的爱人的爷爷奶奶、姥姥姥爷和父母，在六个钱包都一块的时候能够给你付首付，那我说你还是买房好。

## 市场星报

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 admin@scxb.com.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

# 启动“租购旅”会员制 恒大养生谷引领大健康产业新格局

近年着力布局大健康领域的恒大健康(HK.0708)，迎来又一业务突破。5月1日，恒大健康正式对外推出恒大养生谷会员制服务，这一被誉为“惠及三代”的百年会员机制在西安恒大养生谷揭开神秘面纱，据了解，当天便售出1500个会籍。

记者 张王林

## 打造全龄养老模式

据悉，作为恒大进军健康产业的拳头产品，恒大养生谷创建全方位全龄化健康养生新生活、高精度多维度健康管理新模式、高品质多层次健康养老新方式、全周期高保障健康保险新体系、租购旅多方式健康会员新机制，引领全新健康生活方式。

这其中，恒大养生谷围绕全龄化，首创颐养、长乐、康益、亲子四大园，提供游、学、禅、乐、情、膳、美、住、健、护等852类设施867项全方位养生服务，覆盖从孕前、婴儿直到百岁老人的全生命周期，打造全方位全龄化健康服务模式。以长乐园为例，该园重在文娱结合，配置老年学

堂、曲苑社、国学馆等设施，提供高品质健康养生方式。

## 引进顶尖医疗技术

顶尖医疗技术是实现高品质服务的关键，恒大健康联手美国十佳医院——布莱根医院打造“博鳌恒大国际医院”，该院严格按照布莱根的高规格技术标准打造，在管理、诊疗、运营、康复等系统与布莱根全面接轨，通过建立会员终生健康跟踪管理体系，进行健康教育、基因检测、风险评估、预防干预、分级诊疗、智能监控、膳食调理、心理辅导等多维度的科学生命管理。

为了探索出适合中国国情的“凯撒模式”，恒大养生谷整合国内外优质保险资源，建立全年龄段高额保障体系，定制百岁以下老人专属保险，实现国内百家优秀三甲医院绿色通道。“恒大养生谷集医疗保险和医疗服务于一体，在确保有效降低患者治疗成本的同时，也解决了医疗机构缺乏节约资金动力的问题。”有分析人士表示。



## 创新会员服务体系

此外，相较于一般的会员制，恒大养生谷首创“租、购、旅”会员服务模式，客户通过租住、购买养生谷产品及会员卡，或到养生谷进行旅行居住，都可成为会员，并享有多元化的健康管理服务。

据了解，恒大养生谷会员也可根据不同的季节气候、温度、湿度、纬度、日照等不同需求，在全国各地的恒大养生谷

进行旅游居住。目前恒大养生谷已布局三亚、西安、郑州、扬州、长株潭、云台山、南京等全国多个城市，未来五年将在全国布局30个以上宜居养生胜地。

目前，恒大养生谷已布局三亚、西安、郑州、扬州、长株潭、云台山、南京等多个宜居养生胜地。未来3~5年将在全国布局30个以上宜居养生胜地，会员可以根据气候环境以及自身需要自主选择旅居生活。