

泉眼

大学生评论比赛

保卫舌尖安全,大超市岂能“失守”

当心微信刷票 把优秀者刷下去

静嘉

今年至今,济南市食品药品监督管理局已经公布了10期食品安全监督抽检结果。市民在为食品监督抽检点赞的同时,也很无奈,甚至有些疲惫麻木了。每次抽检结果中都有大型连锁超市、知名餐饮店或知名食品厂家,而且省城大型连锁超市绝大部分都已中枪。“没的选,还得吃”成了市民头疼的问题。(详见12月9日《齐鲁晚报》A07版“大润发多次被曝光依然很红火”)

银座购物广场有限公司章

丘分公司的韭菜氧乐果超标56倍,大润发超市查出“致癌黑鱼”,华联、沃尔玛、华润万家等均检验出不合格食品,而金德利快餐、九月天餐饮等也中枪。仔细留意就会发现,很多大超市、知名餐饮已经成为被曝光的重灾区,平日里消费者信得过的“大店”,到头来问题多多,怎一个尴尬了得?“选择哪家都一样,总不能不吃鱼不吃肉不吃菜吧”,市民从惊讶到无奈,“抽检结果看完了,该买还得买”,既是鲜活的民声,也是对监管部门的控诉。

民以食为天,食以安为先。

当食品抽检趋于常态化,当曝光力度越来越有“含金量”,若大超市产生“店大不怕差评”的心理,觉得再曝光也不会“冷场”,总会有市民光顾,这种消极态度是对史上最严食品安全法的漠视,也是企业信誉的滑坡,这些直接关乎着诚信社会的和谐与法治社会的建设,所带来的负面效应不堪设想。

部门抽检是一种督促,媒体曝光是一种监督,但这些不是终点,绝不能没了下文。确切地说,从法律条文到“舌尖上的安全”,相关部门还有诸多工作要完善,以细化的制度抓住“关键少数”,

即守住大超市的违法后门。一方面,应积极直面检测难的问题,率先在大型超市推行农产品快速检查机制,应尽快推进与落实,为今后的覆盖奠定基础,倒逼生产源头自律,将不合格的食品拒之门外。另一方面,抽检与曝光都只是一种手段,不乏有些大型商超存在侥幸心理。相关部门应在此基础上,提高罚款数额,对抽检多次不合格的予以停业整顿,情节严重还可行政拘留责任人,使商家拥有敬畏心与危机感,从而树立安全意识,重塑诚信招牌,从而不敢、不想、不能怠慢。

李辛扬

前几天观看了学校的一个较为火热的新媒体运营比赛,初赛是由每个参赛者自选主题自行编辑一则或一组微信图文,通过指定微信公众平台将参赛作品预览给专业评委进行评选。经过主办方的认真评选,150多名选手好不容易从参加初赛的800多人中杀出重围,但随之而来的复赛规则却让大多数人傻了眼。复赛微信图文作品所占50%的得分,是由该则微信的阅读量、点赞量和转发量决定的。于是,复赛过程就成了参赛选手纷纷在各种社交平台拉票刷票的过程,使得一场听起来“高大上”的新媒体运营比赛变了味道。

不可否认,与传统方式相比,利用移动互联网进行评选,可以极大地提升公众参与度,特别是在手机与微信被广泛使用的大学生群体中;而且根据图文阅读量等进行评比,可以在检验民意的同时,极大地提升主办方公众平台的关注量。但如果不能克服技术上的缺陷,任凭参赛选手用刷票、拉票等方式狂奔,技术和智慧的比拼就很有可能变成人脉和运作能力的较量。这种违背初衷的评选,看似提升了“校园民主参与”的含量,实际却对参赛选手都不公平。况且选手大规模的拉票刷屏,也使朋友圈众多好友不堪其扰。

无论是何种性质的比赛,其第一要义是公平公正。无论采取什么手段,何种方式进行比赛,都必须优先考虑公平。只有以规范的比赛制度设计,挤掉刷票拉票的水分,才能打捞出作品真正的水平,以此作为评选和比赛的参考。(作者为山东大学学生)

有么说么

得让“随口说”的商家付出代价

庄秋燕

买的时候说是实木家具,后来发现是实木颗粒,店家却辩称“实木颗粒板也是实木”。近日,市民蓝先生为孩子购买了一套儿童家具,本想为孩子买套实木的,最后却买来一套“实木贴皮”的。工商人员提醒,要注重与商家签订合同,任何语言上的东西都要落实到文字上。

商家明明理亏,却振振有词地狡辩,实在是令人气愤。当记者到该店家采访调查,就蓝先生遇到的问题向其询问时,店家却一直坚称“没有百分之百全实木”。店主竟然对记者说:“我们在合同上又没写,就是介绍,介绍的话还不怎么说怎么是,这个东西还不都是随

口说嘛。”店主拿着“不是”当理说的蛮横态度实在叫人匪夷所思,为什么店主会有这么大的胆儿信口开河?她就不怕蓝先生举报,相关部门查处吗?

其实,不难看出,店主的底气来自于“蓝先生与其签订的合同没有明确说明”,模糊的合同于消费者不利,给消费者维权带来了一定的困难。店主欺负消费者手里没有实质性的证据,所以才敢如此嚣张放肆。那么,消费者在无良商家面前就只能处于弱势,自认倒霉吗?

虽然工商部门一个劲地提醒消费者在购买大宗商品时,一定要把商家的任何说法都落实到文字上,但执法部门的监管一刻也不能放松,更不能将自身职责转嫁到消费者身上。

父母们为啥热衷“保健品”

冯勇

笔者发现,现在许多老人,很是热衷于购买保健品。有骗子看到了“商机”,以保健品为诱饵向老年人行欺诈之实,不少老人中招。

以保健品为诱饵向老年人行欺诈之实,骗子看准了一些老年人因为身体日渐衰老,面对“死亡”极易产生恐惧心理,追求健康和长寿。另外一个就是,利用人们“贪图小便宜”的习惯心理,对老年人施以小恩小惠等“糖衣炮弹”。摸准了老年人的心理,把准了老年人的脉搏,以极度浮夸保健品功效的宣传,甚至使用具有极强欺骗性的演示、口若悬河夸夸其谈热情似火亲如一家

的贴心关爱,大张旗鼓让利、赠送,让那些善良的老年人脑子里被忽悠得七荤八素,对骗子的话深信不疑。即使有人好心提醒也一时转不过弯来,甚至和规劝他的人发生冲突。

其实作为儿女,对老年人购买“保健品”是支持还是反对,这要根据具体情况而定。如果父母购买的是正规商家的保健品,质量有足够的保障,能够对父母身体的保健起到一定的作用,这样的保健品老人不妨一试,儿女没必要横挡竖拦。

而对于那些打着保健品的旗号行欺骗之实的行为,一旦发现,要注意核实,及时与朋友以及家人沟通。如果发现已经上当受骗,在保留证据的前提下第一时间报警。

HYSOUND
海之声® 全国听力机构

海之声助听器专家

★十余年专业老字号

★全国100家直营中心

★中国听力连锁领航者

海之声听力是目前中国听力行业规模领先、经验丰富、网络全面、设备先进、服务项目齐全的全中国连锁机构。海之声听力目前在中国已投资建立了逾百家直营助听器中心,10余年来一直致力于将真正国际领先的高科技产品和专业技术引入中国,努力做中国最好的听力连锁!

海歌超级宽频助听器

丹麦名品

中国上市



● 丹麦超级宽频“海歌”助听器,独有的“智脑聆听BrainHearing”声音处理系统,可以提升大脑对声音的接受度,人工智能程序更顺畅,全自动适应环境,完全智能化调节助听器,大大提升了言语理解度;

● 10000HZ超级宽频处理器,音频有效提升,音质更清晰。

● 超级宽频迷你助听器,体积减少1/3,更小巧。

即日起至2016年1月31日,海之声百家门店开展上市优惠酬宾:

活动1: 凡购超级宽频助听器可享受特约会员酬宾价;

活动2: 专享全系列3-4年保修;

活动3: 专享私人听力师全程专业服务;

活动4: 凭报购指定助听器进口电池买一送一(每人限3张)

请仔细阅读产品说明书或者在医务人员指导下购买和使用。

生产企业:奥迪康(上海)听力技术有限公司
沪医械广审(文)第2015030211号
沪食药监械(准)字2014第2460691/2460692/2460693

www.hysound.com

请认准“海之声”谨防假冒

400-8677-400

◆ 济南旗舰中心: 历下区泺源大街118号一层, 中信广场路东, 泉城广场西南角泺源大街路南 0531-67889535 ◆ 北京旗舰中心: 东城区东直门北大街12号楼底商, 中国石油大厦天桥对面(东直门桥/地铁东直门站B口北200米, 二环路东侧, 公交东直门北站) 010-84544858 ◆ 上海旗舰中心: 闸北区西藏北路1298号(中山北路西藏北路路口) 0531-67889535

◆ 广东020-38820803 ◆ 深圳0755-23612448 ◆ 天津022-27237553 ◆ 江苏025-86824027 ◆ 湖北027-67880956 ◆ 安徽0551-62639699 ◆ 陕西029-87627061 ◆ 四川028-84425280