

口碑之力

年年3·15,我们年年在春天相遇。
20多年来,我们的消费者意识在觉醒,自我保护意识在增强,整个社会的消费观和法治观在天天向上,重诺守信的商家越来越多。
所谓“商家”与“顾客”,角色是互为转换的:一个短斤少两的肉贩子,他可能是医疗消费的受损者;一个倒卖瘦肉精的汉子,他可能会因购买了伪劣的鞭炮而遍体鳞伤——你今天损我一寸,我明天还你一尺;你今年敬我一尺,我明年还你一丈!因此,口碑对于商家而言,是自律;对于你我而言,更是监督的责任和互为守望的和谐力量。
“人人为我,我为人人”的春风里,一个互为依存、互为转换的多赢群体正在出现:他们热爱物质之丰硕,又感知着强大的精神世界;他们身在幸福中,又不缺乏远见;他们创新又遵守法纪——这一切,正是我们可以预见的未来。

孙玉光

口碑的力量

——2011年临沂民生消费白皮书

T02 让消费者安心消费勇敢维权

T03 打假,我们在行动

T05 二手手机翻新揭秘

T06 消费者渴望与商家平等对话

T11 消协维权也有难言之隐

T18、21 晒晒常见的“霸王条款”

T23、26、27
2010十大调解案例

消费与民生