

□王迁

3·15年年要喊一阵子，这么多年来之所以这个名词一直长盛不衰，是因为国人对于质量问题有着深深的被刺痛感。上世纪九十年代初，那个假冒伪劣横行的年代，3·15是每年一度的让人擦亮眼睛的最好机会。可以说，自那些年打假风暴一路走来，国人眼界确实开阔了不少，再稀奇古怪的故事也不算是新闻了，什么牛皮胶囊、纸箱包子、敌敌畏泡菜等等。但同时，国人的忍受底线一直被挑战、打破，直至我们被震惊、愤怒、忧虑所包围着；直至麻木与无可奈何袭上心来，成为维权之路上最大的敌人。

诚然，不断的新闻曝光，接二连三地把侵害消费者的层层黑幕揭开，那些行业中已司空见惯的炮制手法大白于天下后，换回来的，是行业内一时的遵纪守法。待风平浪静后留下的，是包括消费者本身在内：商家、法律制定者、执法部门共同的麻木与默不作声。一切责任都推给了“中国特色”；一切都是法律不健全、市场不完善的后果。卸下责任包袱的整个商业链条中的各个环节，在每年一度的3·15噤若寒蝉之后，又开始嚣张跋扈起来。

有人说3·15像雷锋，三月来四月走。我虽不以为意，但确实，多年的集中曝光之后，仿佛消费者的维权意识渐弱，成为了媒体过热轰炸、商家过冷对待的集中后果。而一些执法者，不怕商家侵权，只怕媒体曝光的心态让他们的敌人从不法商家直接转移到了媒体身上。仿佛天生多一事不如少一事的信条指导着日常工作。

但媒体永远只是一个社会的辅助，而并不是职能部门。如果事事都求媒体发现，媒体报道、媒体解决的话，事情是永远也解决不完的，如果媒体总是一年到头在职能部门屁股后面亡羊补牢的话，我们就该问问：农夫哪去了？有人说我老生常谈，但现实是，20多年的打假、维权，喧嚷闹闹一路打到今天，我们换来的是什么？说实在话，我真不愿意把3·15这个概念过度强化，强化到一个把一年中的这一天、这一段时间，变成对于消费者来说完全无菌的纯绿色时间，可以放心大胆地购物、消费，仿佛潜台词中说：至少今天我是爷，你们都不敢欺负我。

如果3·15对于我们来说是这样的一个概念，那么说明多年的市场环境净化，并没有起到本质上的作用。3·15也只不过是消费者压抑郁闷后的“爆发日”，仅仅是一个想挽回那么一点点消费者尊严的时间。我们吃着、喝着、用着可能是世界上质量标准最低的商品，呼吸着这片中国风，祈求商家能多施舍一份尊严给我们。

消费，是一门艺术
消费，是一种态度



本期主打>>
话说消费维权 04-06

微声态>>



@齐鲁晚报都市消费
山东, 济南

五花八门各色消费
物语、败家宣言、生活
感悟持续搜罗中……

@新浪财经

【当当网卖翻新iPhone手机被判假一赔五】消费者在@当当网购买了20部iPhone 4手机，收到货后发现是翻新和高仿的手机。诉诸法律后，法院一审判决当当网按照“假一赔五”的承诺主张赔偿消费者近50万元。

@1027老K

年年3·15，今天太可怕！【兰州拉面】【砂锅粥

也“加料”，会致癌】上海【来伊份】【立顿茶包含有多种高毒农药】【太子乐婴儿奶粉检出致死率50%以上的夺命菌】【星巴克星冰乐使用胭脂虫尸体作为染料】【大陆东北饺子城，猪肉掺老鼠肉】【费列罗频现活蛆虫】
各位亲，大家是不是开始反胃了……

@蜀萝的破酒坛

#3.15#有多少人期待明天3·15曝光的到来？又有多

少企业是畏惧3.15的到来？要我讲，我宁愿社会不需要这个3.15了，我们对国产的一系列奶粉、食品全部信任了！

@中国汽车装具网

又是一年3.15，大家都懂的，媒体们最好的时光，大约就是在这个月了吧。而我们，有可以期待那些黑心企业被剥光的日子，然后和同事朋友们一起嫌弃抱怨、添油加醋、感同身受的津津

乐道的“点”。

@刘经纬JinniLau

明天3.15，我们又可以知道什么东西以后不能吃了……哪家食品厂要黄了，哪个品牌要被砸了，哪里饭店不能去了，哪种产品被曝光了……我想知道，除了这一天，工商质检平常都在干什么……

(以上言论来源于网络,不代表本刊观点)

贵和购物
GUIHE PLAZA

结缘贵和 · 品位生活

贵和购物中心
冬“去”

春意浓

GUIHE PLAZA
SPRING

国际一线品牌秋冬货品低至5折

3月15日—3月17日，贵和购物中心一线品牌新款春装全线上市！
众多精品男装、女装低折出清，部分单品1~5折起。

午后闲暇惬意，L4层“LAMPO”（蓝豹）高级男装“VIP下午茶—新品品鉴会”，3.16日正式启动！
诚挚邀您的参加，详询80982632。

L3层：JOAN&DAVID、ANNE KLEIN和EQ:IQ热卖3折起。

春色染妆·贵和春季化妆节

3月15日-3月17日L1层化妆品可享受满1000返150元促销卡（最高限返3000元促销卡）；
当日消费满额即有好礼相赠。

贵和VIP积分返利兑换月强力开启 会员电话：80982323

全面受理山东一卡通消费

详情见店内明示