

评论员观察

可达鸭玩具的爆火再次表明,文创产品的设计不应孤芳自赏、自说自话,满足大多数消费者需求的设计,才是真正的好设计。现在的问题是,像可达鸭玩具这样的文创产品数量还是稀少。这是因为很多企业陷于同质化竞争之中,找不到突破困境的途径。

可达鸭玩具何以“一鸭难求”

评论员 朱文龙

近日,肯德基推出了一款可达鸭玩具。媒体调查发现,可达鸭在网上爆红后,不仅多家肯德基门店玩具断货,二手市场还出现了“代吃”和炒作价格的现象,有的卖家标价500元。

可达鸭,出自动画片《宠物小精灵》,是一只蠢萌蠢萌的鸭子。这个伴随着80后、90后成长的动漫形象,自从问世之后,便受到了很多人的喜爱。如今随着肯德基推出可达鸭玩具,它更是成为顶流网红,相关玩具发售秒空,“黄牛”将价格炒到原价的七八倍,甚至催生出了“代吃”服务……不知道、不喜欢的人觉得难以理解,喜欢的人则是沉迷其中无法自拔。两边态度截然不同,但指向了同一个问题——可达鸭玩具,为何会这么火?

有观点认为,这与肯德基善于营销有关。不得不承认,肯德基在这场营销活动中,招招都很“精妙”。他们深知,要想调动消费者的购买欲望,除了产品具有一定的吸引力之外,还要让消费者感到产品的稀缺。因此,他们采用了限时、限量、随机的商业模式。通过这种商业模式,肯德基成功地将一个做工不是高科技,原材料也不稀缺,仅仅就是一个普通轻工产品的玩具,变得奇货可居,一货难求。

需要指出的是,这个观点只看到了问题的一个方面。毕竟,“炒作”不是万能的,商家“炒”得再热,消费者不买账,也会“竹篮打水一场空”。可达鸭玩具能够走红,更重要的原因是,它契合了当代消费者的需求。

虽说可达鸭有动画片作品,但是这款玩具并没有被动画片所局限。从某种程度上来说,这个玩具更像一个有待完成的“开放性文本”,而创作之笔就掌握在消费者的手中。人们只要在它的手上贴上自己想展示的素材,再配上可达鸭魔性的舞蹈和洗脑的广场舞风BGM,就能形成一种魔性的“可达鸭这样说”的效果。从相关报道来看,左手“招财”右手“进宝”的玩法还是基础版,有的人贴上“快点”“更新”催促自己喜爱的作者赶快更新小说,还有人贴上“快去”“看书”来

督促自己抓紧时间去学习……这样的“二次创作”不仅满足了消费者的文化需求和社交需求,更是借助表情包、短视频等方式迅速火爆网络,轻松完成裂变式传播。线下形成了强大的购买力,出现“一鸭难求”的局面也就不奇怪了。

其实,综观这几年在网上火爆过的潮玩商品,除了像冰墩墩、雪容融这些具有特殊的、重大的活动背景作为加成的周边文创产品外,几乎所有出了“圈”的文创产品都满足了消费者的文化需求和社交需求。像B站的“蔬菜精灵”系列中,唯有“白菜狗”出了圈,因其大白菜和狗的组合形象“菜狗”有了自嘲的娱乐属性,上海迪士尼推出的“玲娜贝儿”玩偶

也是如此。可达鸭玩具的爆火再次表明,文创产品的设计不应孤芳自赏、自说自话,满足大多数消费者需求的设计,才是真正的好设计。现在的问题是,像可达鸭玩具这样的文创产品数量还是稀少。这是因为很多企业陷于同质化竞争之中,找不到突破困境的途径。在这种情况下,消费者只得将目光局限在有限的几个产品之上。而可达鸭的走红,让人们看到了创新和创意的价值所在。既然有企业靠着创意,打造了别人难以复制的成功,相关行业的从业者不妨学习借鉴可达鸭玩具的“成功之道”,打造更多有创意且满足消费者需求的文创产品。结果如何,我们拭目以待。

要想维护新能源汽车行业的美好发展势头,除了需要行业和车企自身不断努力自觉合规经营外,也需要市场等管理部门祭出法律之剑,对新能源车企业经营服务协议等进行一次严肃的“体检”,去除病灶,尽快捋顺行业经营秩序。

来论

新能源汽车设“霸王条款”是在自毁前程

评论员 余明辉

5月19日,江苏省消保委发布的《新能源汽车行业不公平格式条款调查报告》显示,该调查共收集了14家新能源汽车企业的47份协议,梳理出10个方面共15项不公平格式条款问题,其中比亚迪、长城、上汽通用五菱和特斯拉等10家车企的问题率超过46%,威马汽车的问题率高达60%。

这些不公平条款或者说“霸王条款”,主要包括协议交易对象不明,损害消费者知情权;车企单方修改权无限制,侵犯消费者自

主选择权和公平交易权;车企免责条款过宽,加重消费者的责任和义务;收集个人信息不规范,消费者被要求必须概括同意等。

不难看出,这些条款涉及面极广,这显然令人遗憾,不但是藐视法律,更是在给行业健康发展人为制造障碍。

近年来,在各方努力下,我国新能源汽车行业发展迎来了温暖的春天。2021年,我国新能源汽车产业快速发展,销量达352.1万辆,连续7年居世界首位,市场占有率达到13.4%。新能源汽车发展态势“像冬后的小麦遇到了春天

的雨水”,涨势一片喜人。但是,要想这一大好形势继续下去,除了国家和社会的努力外,更需要诸多新能源汽车企业戒骄戒躁,通过不断地将技术、服务厚度等服务水平升级,扩大新能源汽车客户的黏性和市场宽度,进而保障行业在最优最快的航道上前行。

但遗憾的是,就此次江苏发布的报告看,包括知名车企在内的国内不少新能源汽车企业,却实施不合情也不合理的“霸王条款”服务,这显然不符合消费者需求,对于企业来说也是不明智的。如此行径,看似能够获得一时

的利,殊不知却是在无形中自毁前程,最终搬起石头砸的还是自己的脚。因为对于日益竞争充分和激烈的新能源汽车行业,只有拼服务才有未来。如果等到消费者觉醒再改正,新能源车企将悔之晚矣。

我国《民法典》《消费者权益保护法》等规定,禁止经营者利用市场主体强势地位,以格式条款方式排除、限制消费者行使公平交易权,不得减轻甚至免除自身对商品质量保障责任等。而我国的个人信息保护法、版权法等也规定,消费者个人信息、版权等受法律保护,不经个人真实同意,不

得随意收集和使用。

要想维护新能源汽车行业的美好发展势头,除了需要行业和车企自身不断努力自觉合规经营外,也需要市场等管理部门祭出法律之剑,对新能源车企业经营服务协议等进行一次严肃的“体检”,去除病灶,尽快捋顺行业经营秩序。

投稿邮箱:qilipinglun@sina.com



观点

“应考尽考”给考生吃下“定心丸”

近日,北京市部署2022年教育考试招生工作,明确“应考尽考、一个不落”。上海、甘肃等地也想方设法确保考生“应考尽考”。这些做法,给涉疫地区统筹疫情防控与中高考安排“打了个样”。

教育部近日要求严格落实各项防疫措施,完善突发疫情应急预案,做到“应考尽考”“安全平稳”。

北京等地发出“应考尽考”的信号,细化优化防疫安排,无疑给考生吃了一颗“定心丸”。期待更多地方将“应考尽考”作为安排中高考的“标准答案”,尽快完善方案,尽早公布政策,让考生从担心“能不能考”,到只需要操心“怎么考好”,轻装上阵赢取未来。(据《半月谈》)

唯学历唯名校 背离教育评价改革方向

近来,很多地方加大了对高学历人才的引进力度,各项优惠政策令人钦羡。再加上就业形势严峻,以往倾向于大城市就业的名校硕博“下沉”县城的现象越发普遍。但是,一些招聘一开始就把非“双一流”高校毕业生排除在外。这种引进倾向,难免让人担心会进一步加剧“唯学历”“唯名校”现象。

非全日制研究生的遭遇以及一些地方在人才招聘、人才引进中学历歧视的现象,其背后既源于对非全日制这种学习方式的偏见,也与一些地方偏狭的人才观有关。这种片面强调毕业学校、学历层次的选人用人导向,背离了教育评价改革的方向。(杨三喜)

有偿代做毕业设计 折射出什么

5月23日,据爆料,大学生雷某某、卢某某在某平台上找人代做毕业设计,“枪手”在满足其各种需求后,两人竟利用交易规则漏洞,借助平台举报机制要挟“枪手”退款。

种种迹象显示,两名学生根本没有把代写、买卖学位论文当回事,心安理得、理直气壮地投机取巧、弄虚作假,对自身严重违规行为不以为意,用“利令智昏”来形容恐怕并不为过。这从一个层面反映出当前论文买卖何其疯狂。

涉事学生必将要为其有偿代做毕业设计行为付出沉重代价,此事也再次为莘莘学子敲响警钟:为人、为学、为业,诚信都是根本,不要投机取巧而走了歪路。(陈广江)

垛石街道开展垃圾分类党员志愿者培训活动

为响应上级关于垃圾分类工作的决策部署,倡导“绿色、低碳、循环利用”生活模式,结合“主题党日阳光议事”会议,近日,济阳区垛石街道办事处小张村开展以垃圾分类宣传教育为主题的党日活动,由垛石环卫所工作人员讲解,共20余名党员干部参加了学习。参会党员讲解了生活垃圾分类的定义和意义、如何进行生活垃圾分类、分类的基本原则等方面的内容,倡导大家减少产生垃圾,共同保护环境,并养成垃圾分类的好习惯。通过此次主题党日活动,要求党员们自觉提高垃圾分类的意识,积极参与到生活垃圾分类工作,并引导居民共同做好生活垃圾分类的工作,共同建设美丽的家园。(周振华)

向公交驾驶员表示祝福

在5月20日这天,济南公交北部公司三队的食堂内热闹非凡,管理人员和驾驶员一起准备午餐,互相交流谈心,以此欢度第四届“5.20全国公交驾驶员关爱日”,家属们也通过各种形式,表达衷心的祝福!(苏小龙)

积极参加社区志愿服务

济南公交K3路部分职工在做好本职工作的前提下,踊跃报名参加社区志愿服务,协助医护人员对社区居民进行核酸采样。他们踏实、细致的工作作风受到广泛好评。(李伟)

健走促健康 健身科学化

为落实全民健身、健康中国国家战略,倡导市民健身科学化、生活体育化,济南公交K3路部分驾驶员积极报名参加济南市举办的全民健身运动会线上万人健步走活动。(张东芹)

莒南县国有建设用地使用权挂牌出让公告

(莒南自然资规告字〔2022〕2号)

经莒南县人民政府批准,莒南县自然资源和规划局决定挂牌出让1宗国有建设用地使用权,现将有关出让事项公告如下:

一、出让宗地基本情况和规划设计主要指标

宗地编号	土地坐落	出让面积(m ²)	土地用途	出让年限(年)	规划条件	起始价(万元)	竞买保证金(万元)	加价幅度(万元)	备注
莒南2022-G24号	北一路中段南侧,四至:北至北一路,东至大曲流河村地,南、西至莒南县中山房地产开发有限公司	3769	居住用地	70	1.0<容积率≤3.5,建筑密度≤25%,绿地率≥40%	1697	1697	16	

备注:1.该宗地出让范围内的原有土地权利证书自本公告发布之日起废止。2.该宗地具体情况详见出让文件。3.出让土地为现状土地,出让人不负责出让地块的清理和整理;地下管道、管线等迁移、移位、清理等,均由竞得人自行处理。出让人对出让地块的瑕疵不承担任何责任。

二、申请人范围

中华人民共和国境内外的法人、自然人和其他组织,除法律法规政策等有规定及列入莒南县土地市场诚信体系黑名单的

外,均可申请参加。

三、申请与登记

本次国有建设用地使用权挂牌出让实行网上交易,申请人须办理电子签名认证证书后,登录临沂市公共资源交易中心网上交易系统,在提交竞买申请截止时间之前交纳竞买保证金,按宗地下载出让文件,并按出让文件要求和系统提示填写竞买申请书并冻结竞买保证金。出让文件规定申请人须提交其他材料的,申请人应同时上传该资料的电子图片,提交人工审核。网上交易不接受除网上竞买申请以外其他方式的申请。

申请人提交竞买申请并冻结竞买保证金的时间为2022年6月2日上午8时30分至2022年6月20日下午3时30分,逾期不予受理。竞买人模式下实行“一竞买人一地一子账号”,竞买人每次竞买土地时必须重新生成子账号,不得使用以前生成的子账号。申请人竞得土地后拟成立新公司进行开发的,在申请书中必须予以说明并明确新公司的出资构成、成立时间等内容。

本次挂牌出让的详细资料,见挂牌出让文件。申请人可于2022年6月2日至2022年6月20日到临沂市公共资源网上交易系统获取挂牌出让文件。

四、挂牌时间、竞价方式

挂牌出让采取登录交易系统网站网上报价方式,按照价高者得原则确定竞得人。挂牌时间为2022年6月13日上午8时30分至2022年6月22日上午9时。挂牌时间截止时,交易系统将询问有

报价的竞买人是否愿意继续竞价,有竞买人表示愿意继续竞价的,无需缴纳差价保证金,竞价结束后直接进入网上限时竞价(中间没有时间间隔),如遇特殊情况会在临沂市公共资源交易网发布公告择期进行人工现场竞价,通过竞价确定竞得人。

五、缴款到账有关事项

竞买人缴款到账以网上交易系统反馈到银行系统的报文信息为准。因网络延迟或网络不通,交易系统不能向银行系统反馈缴款到账信息的,属于单边账,视为缴款不成功。缴款不成功的,银行将做退款处理,竞买人在缴款后应及时登录交易系统核对到账信息。竞买人应当避免在截止期限前的最后24小时缴款,如出现缴款异常情况,请竞买人与有关银行及公共资源交易中心联系。

六、本次国有建设用地使用权挂牌出让的事项如有变更,将发布变更公告,届时以变更公告为准。

七、出让宗地现场踏勘时间

申请人自行踏勘现场。

莒南县行政审批服务局地址:莒南县隆山路与文化路交汇处向西500米路南(文化路以北,北三路以北,文体路以西,文博路以东)。

咨询电话:0539-7229618 7919198-8518
技术支持:0539-8770063

莒南县自然资源和规划局
2022年5月24日