

评论员观察

公众从洋洋洒洒上千字的道歉信中,并没有看到那句“我错了”。这种不知悔改的态度,表明张小泉方面至今仍是摆出一副高高在上的傲慢面孔。这样的态度如何让网友感到满意?

张小泉的刀可以刚,态度不能这么硬

评论员 朱文龙

7月18日,话题“张小泉总经理称中国人切菜方法不对”一度冲上微博热搜第一,刀具品牌张小泉再次站上风口浪尖。当日晚间张小泉总经理夏乾良致歉并表示,网传本人评价“中国刀工不及米其林厨师”话题,视频是很久之前的采访视频,且并非视频的全部。

对于夏乾良的致歉,很多网友表示不满意。需要指出的是,这里的不满意,并不是针对夏乾良的态度,而是针对张小泉方面处置此事的方式。

在这起事件中,张小泉方面的危机公关实在是让人大跌眼镜。面对消费者质疑“刀还不能拍蒜了?”客服只回应了“不能哦”。对于消费者而言,在没有其他解释的情况下,这样的回应无疑背离生活常识,毕竟中餐有“一把菜刀走天下”的说法,在很多人眼里,一把菜刀就可以在厨房里“通杀”。客服的回应,除了增加消费者的

不满,起不到一丝释疑解惑的作用。

按理说,危机出现了,张小泉方面应当立刻对此事给予权威科学的回应,向消费者解释清楚刀为何不能拍蒜。其实,做到这点并不难。不是所有的菜刀都适合拍蒜,从科学原理上讲,这很容易讲得通。简而言之,就是含碳量越高刀越硬,越锋利,相应的也就可能越来越脆了。只要把这个科学原理告诉消费者,并诚恳地向消费者道歉,风波很快就会烟消云散。但是,张小泉偏偏不,非得当遇险把头埋进沙子的“鸵鸟”,从事发到现在,没有一个权威的解答。既然你不道歉,那网民就出手“帮忙”了。于是乎,夏乾良昔日言论遭到了“回锅翻炒”。这进一步加剧了网友的怒火。

如今,夏乾良虽说为此前的言行致歉了,并发起“断刀召集令”,但是公众从洋洋洒洒上千字的道歉信中,并没有看到那句“我错了”。这种不知悔改的态度,表明张小泉方面至今仍是摆出一副高高在上

的傲慢面孔。这样的态度如何让网友感到满意?如何让人相信夏乾良那句“公司将持续从消费者的反馈中加强品牌管理,产品管理、售后服务,一定不会回避问题,认真扎实做事,努力研发更好更适合中国消费者的产品”,是真心话?

张小泉的刀可以刚,态度却不能这么硬。希望张小泉能够放下“身段”,直面公众质疑,诚恳恳道道歉,少一些对消费者的傲慢与偏见。接下来,张小泉不妨从做好提示工作入手,告诉消费者,一些硬度较高或有专门用途的刀具,是有使用禁忌的。如若不然,下一次,张小泉可能就没有这么“幸运”了。

这次张小泉的遭遇也给其他品牌提了个醒,一来,要正视舆情,须知产品是为消费者服务的,要关注消费者的需求。二来,把产品最光鲜的那一面放在最醒目的位置上宣传,无可厚非,但使用禁忌、使用须知这些信息,也要对消费者说清楚。

观点

规范二次创作短视频 保护版权才会有多赢

近年来,很多多才多艺的短视频创作者通过对影视内容的二次创作,精准地满足了用户需求,获得了流量和好评。但同时,一些二次创作作品也引起版权方面的争议。短视频创作者在原作基础上进行创作、剪辑,形成新的短视频作品,按照《著作权法》的规定,虽然部分作品在特定情况下是“合理使用”,但也有不少作品因未经版权方许可而被认定为侵权。2021年来,在几十家影视公司和行业协会的联合声明和倡议下,短视频的二次创作引发了国家版权局、国家电影局的重视。

一方面是不断增长的用户需求,另一方面是日趋严格的知识产权保护。很多擅长二次创作的短视频创作者,因此畏手畏脚,唯恐稍有不慎触碰红线。破解二次创作的版权困局,不能仅靠二次创作者的谨慎和回避,更需要原创作者、二次创作者、版权方、平台的共同参与和相互合作,在保护知识产权的前提下,实现利益共赢。(曹明)

护士被质疑抢救时玩手机 瓜田李下哪能不避嫌

护士在抢救病人过程中用手机?浙江象山县卫生健康局17日发布了情况说明。经查,象山县第一人民医院这名护士为该院内科副主任医师,其在抢救过程中因工作需要使用手机。

从当前已知信息看,该情况说明可信度较高。首先,视频中护士长另一只手握持着呼吸气囊,正在协助医生进行心肺复苏,单手操作手机且时间很短,且眼睛盯着医生,使用手机免提呼叫护士协助的可能性很大。其次,视频拍摄时间约为14:55,其手机上刚好14:55有与所呼叫护士的通话记录。而且,家属已于12:45签字同意放弃抢救。

话说回来,按照常理,抢救室是一个受到家属广泛关注,也最容易产生纠纷的区域。自媒体时代医务人员使用电子设备,也对患者的隐私保护构成挑战。医院是否应该在手术室、抢救室等敏感区域内禁止使用手机等电子设备,是一个值得探讨的话题。医务人员不仅要谨守行为边界,不做任何经不起质疑的事,而且即使行事正当,也需避瓜田李下之嫌。(罗志华)

“猴姑”起诉“猴头菇” 是维权还是碰瓷

商标侵权又起风波。近日,河南漯河一企业因生产“猴头菇”饼干,被持有“猴姑”商标的江西江中食疗科技有限公司起诉商标侵权,并索赔50万元。7月13日,漯河食品工业协会发布公开信称,质疑江中食疗的起诉是典型“滥诉”敲诈行为。

“李逵”打假“李鬼”,既有利于保护自身正当权利,同时也有助于维护消费者合法权益。“猴头菇”属通用名词,率先注册了“猴姑”商标,是否就意味着猴头菇饼干已经与江中集团形成了唯一、稳固的联系,企业又是否能凭借“猴姑”这两个字就试图把猴头菇饼干产品全部垄断?恐怕值得商榷。继潼关肉夹馍、四川青花菜等“碰瓷式维权”引发争议被叫停后,“猴姑”起诉“猴头菇”一事究竟会被认定为合理维权还是“碰瓷”,最终司法会如何判定,值得关注。(王航)

痛批“机关文化怪象”,关键在能否痛改

来论

卜广春

“不当得过且过的‘撞钟先生’、滥竽充数的‘南郭先生’、是非不分的‘东郭先生’、不低不高的‘差不多先生’。”日前,“岳阳发布”披露,湖南岳阳近日召开全市经济形势分析会,岳阳市委书记曹普华用十多分钟时间狠批怠政懒政、业务霸权、权力变现、买卖人情、监守自盗、吃肉骂娘、倚老卖老、阳奉阴违、墨守成规、守株待兔等十种“机关文化怪象”。岳阳当地媒体用“罕见”“振聋发聩”等词汇形容市委书记的这次讲话。

在全市经济形势分析会上公开狠批十种“机关文化怪象”,且在列举案例中,措辞十分严厉,决然反对“机关文化怪象”,旗帜鲜明、立场坚定地加以反对,能让真心实意

干事的人看到提高机关工作形象、减轻机关工作压力的希望,让广大市民群众对党政机关的服务形象和方式更有信心。

不良的“机关文化怪象”会给经济发展形成不应有的负面影响。领导干部对“机关文化怪象”知与不知、批与不批、改与不改,结果肯定不同。直击十种“机关文化怪象”,也将机关群体中的不良形象暴露在阳光下。

面对这样的公开抨击,有人积极叫好,也会点赞、支持,有人消极抱怨,也会诅咒、抵触。哪怕让不积极、不认真工作的人与事,有一点触动、改进,痛批的意义就基本达到了。相反,如果痛批的轰动效应很大,没有切实可行的措施跟进,甚至痛批之后一枪不发就淹没在舆论中,则是最糟糕的结果。

由此,对“机关文化怪象”要痛批也要

痛改。把痛批的前期准备和现场愤慨,转化为机关工作的制度设计,增强机关干部认真做事的紧迫感和责任感,将过细的措施落实到事、到岗、到人,吸引机关内外人员积极参与,评价结果影响或决定机关工作人员的考核、晋升和报酬,引导痛批和痛改产生积极的连锁反应,使“机关文化怪象”数量逐渐变少,范围逐渐变小,情节逐渐变轻,对个人、对机关、对经济高质量发展,才是健康、理想和有益的。

痛批和痛改“机关文化怪象”,要伴以良好的激励措施,这样效果会更好。要大力激励想做事、能做事、做实事的机关干部,全力支持和发挥先进模范的带头作用,促使涉及“机关文化怪象”的人与事不再有滋生的土壤,促进良好的“机关文化”大行其道,蔚然成风。

“千元荔枝”只是物以稀为贵,影响不了正常消费

谭浩俊

“千元一斤荔枝,两天卖断货!”近日,北京一家商场内销售的“增城挂绿”荔枝,因每斤1049元的价格引发热议。对于其高昂的价格和两天卖断货的强烈反差,有网友质疑“荔枝而已,再好吃也不至于卖到上千元”,也有人开始担心,这个夏天还能不能实现“荔枝自由”。

“千元荔枝”腾空而起,并没有打破荔枝市场的基本格局,“普通荔枝”仍是市场主流,也没有影响普通居民对荔枝的消费。“千元荔枝”只是奔着它应有的消费群体而去,而不是所有的荔枝都价格上涨到千元。实现荔枝消费自由的格局,没有任何改变,也不会改变。

“千元荔枝”产自广东增城,因外壳绿

线环绕而被称作“挂绿荔枝”。2020年,增城荔枝栽培系统入选第五批中国重要农业文化遗产。据悉,增城有挂绿后代4000余株,皆由颇具历史的荔枝母树嫁接而来。原本,价格并没有这么贵,概因今年产量减少,消费者又热情高涨,从而导致其身价大增,成为“千元荔枝”。

不得不提,这就叫市场,叫市场规律、市场规则,也叫市场现象。物以稀为贵,永远是市场不可改变的规律,也是价格变动必须遵循的市场规则。只要这种规律和规则存在,价格之间的差异,就永远存在。“挂绿荔枝”再特殊也不外乎是荔枝,也并非生活必需品。因此,对消费者来说,没有必要过度关注“挂绿荔枝”的价格,也不要太过羡慕吃得起这种荔枝的人。

随着居民收入水平和消费要求的不断

提高,特色产品的数量、品种、花样等都会越来越多,满足个性化需求的现象也会越来越多。在价格方面,也会呈现出多样化、差别化现象。无论是生产者、经营者还是消费者,对这种现象都要做好充分的思想准备,主动去适应这样的变化,从而让消费市场更加绚丽多彩,让消费格局更加丰富完善,让消费选择更加多元繁荣。

投稿邮箱 qilupinglun@sina.com



编辑:蓝峰 组版:洛菁

公告 18615502833 18615502822 18615502811 0531-88778968

公告 18615502833 18615502822 18615502811 0531-88778968

公告 18615502833 18615502822 18615502811 0531-88778968

公告 18615502833 18615502822 18615502811 0531-88778968