

打破“盲从”消费观,让假“洋水果”无所遁形

近日,央视新闻对国内市场上所谓“日本葡萄”的打假信息引发了众多关注,镜头直指国产葡萄摇身一变成名为“进口阳光玫瑰”的葡萄,价格甚至直接上涨近十倍。当我们从水果市场上精挑细选来自异国他乡的水果,买来的可能是国产的?央视新闻里揭露的假冒进口葡萄现象,在台州的情况如何?近日,记者走访市区多家水果店一探究竟。(10月29日《台州晚报》第2版)

近年来,水果市场上“洋标签”现象泛滥。以国产阳光玫瑰葡萄冒充日本“晴王葡萄”为例,明明是国产品种,却披上“进口”标签,身价暴涨数倍甚至十倍。此类行为不仅损害消费者的知情权和选择权,也影响了正常的市场秩序。

“洋标签”现象实质上是商家通过不实信息误导消费者,从而获得高额利润的行为。表面上看,商家通过虚假包装和夸大宣传来提高水果的附加值,是在追求所谓的“高端市场”。但本质上,这种行为是牺牲了商业诚信,以短期利益取代长期发展。

不可否认,“洋标签”能在市场上横行,与消费者对进口水果的迷信心理有密切关系。在消费升级的背景下,很多人认为进口水果无论是口感还是安全性都更胜一筹,成为一种身份和品位的象征。正是这种“盲从”的消费观念,使得商家得以在供需市场中掌握主动权,将普通的国产水果通过简单的包装和标签变成“高端品”。

实际上,追求“进口”的消费心理是对“本土优质产品”的忽视。比如,国内的阳光玫瑰葡萄在种植技术和口感方面已不逊于进口品种,品质可靠、价格适中,完全可以满足消费者的需求。消费者也应当从理性消费的角度出发,正视国产水果的优点,不盲目追

逐“进口”。

打击水果市场上“洋标签”这一乱象,相关部门应加强对水果市场的检查,尤其是在进口标签上加大监管力度。建立更为严格的商品溯源制度,通过扫码即可清楚了解水果的真实产地。针对商家虚假宣传的行为,应提高处罚力度,真正做到有法可依、有错必罚。通过制度层面的规范,有效震慑不良商家,营造诚信、公正的市场环境。

从积极的角度来看,“洋标签”现象的泛滥也促使国产水果品牌意识的觉醒。近年来,国内果农和企业逐渐认识到,单纯依赖伪装“进口”标签来提高销售额并不是长久之计,打破国产品牌的固有“低端”标签,才是赢得市场的关键。越来越多的国产水果品牌开始注重品种的培育、口感的提升以及品牌化的建设。

国产水果应以品牌建设为核心,通过严格的品控、创新的营销方式,让国产优质水果成为消费者心目中的“高端品”。国产品牌还可以借助地理标志认证、农业科技创新等方式,提升水果的附加值和市场竞争能力。通过树立良好的国产品牌形象,减少对进口水果的依赖,推动国产水果的品牌化和国际化进程。

遏制“洋标签”泛滥不仅是保护消费者权益的必要举措,更是建立诚信、公平市场环境的重要一环。消费者的信任是最宝贵的市场资源,对于消费者而言,购买“进口”与“国产”水果本应是一次自由选择,而非被误导的消费。我们期待一个更加公平透明的市场,在其中,“洋标签”不再是增加产品价值的捷径,国产优质水果能凭借自身品质赢得尊重,消费者也能更加放心地选择自己需要的产品。

□ 孙维国



直言
微评

近日,临海市综合行政执法局大洋中队根据日常经验总结和近期群众举报的热点,整理出辖区内建筑垃圾非法倾倒的易发点位,规划设置“移动电子眼”。日前,执法人员手机端开展日常监控时,发现沈南路发生一起非法倾倒建筑垃圾行为,第一时间通过电子眼和APP锁定了违法车辆车牌号及其他证据,迅速找到当事人,相关案件顺利办结。目前,临海辖区已安装“移动电子眼”19台,下一步将持续深化“移动电子眼”使用。

微评/监管到不了的盲区,就很容易发生乱倒垃圾之类的违法行为。有了“移动电子眼”,很好地破解了执法取证难题,让违法者没了侥幸的余地。这个监管神器应该多推广。

近日,温岭市人民法院审结了一起提供语音帮助好友网恋诈骗案件。去年,王某被微信好友张某(另案处理)要求帮忙录几句语音,又借用其银行卡账号,王某收到一笔2000元的转账后,将这笔钱转给张某,张某要求王某将转账记录删除。后王某为张某又陆续提供了几次“帮助”。原来张某使用王某提供的语音冒充女性,以恋爱交友的名义骗取被害人8.9万余元。被告人王某因犯诈骗罪判处有期徒刑11个月,缓刑2年,并处罚金1万元。

微评/明知自己录的语音将被用于搞诈骗,还是心甘情愿愿提供“帮助”,简直是为虎作伥。参与了共同犯罪,当然逃脱不了法律制裁,从此有了人生污点。实在糊涂!

“叔叔、阿姨,请戴好头盔,注意安全!”近日,在玉环龙溪街头一群小学生手举“骑乘电动车请佩戴安全头盔”等提示牌劝导过往骑车人戴头盔。面对小朋友异口同声,一男子涨得脸通红,连忙拿出头盔戴好。这个萌出圈的“喊话式”安全劝导,是玉环市公安局龙溪派出所联合龙溪小学开展的“小手拉大手 平安交通行”文明交通安全宣传活动。不少电动自行车骑行人士表示,第一次接受到这种“别开生面”的安全教育,感觉很有意义。

微评/成年人骑车不戴头盔,小朋友喊话提醒,尴尬不尴尬?但这一番尴尬过后,印象肯定会特别深刻,教育的效果也就达到了。这样的交通安全教育新颖别致,值得点赞。

10月25日至10月27日,仙居下汤遗址发现40周年暨“考古中国——长江中下游早期稻作农业社会形成研究”工作会议在仙居举行。来自全国考古文博机构、高等院校和科研院所120余位考古学家、历史学家、文物保护专家、上山文化遗址联盟成员、地方文史专家齐聚一堂,共同探讨长江中下游早期稻作农业社会的最新研究成果。仙居还推出下汤研学游,实施下汤文化遗产“活化”计划,推出包括下汤遗址发现40周年系列活动。

微评/仙居下汤遗址填补了历史空白,也带来全新的发现,这一宝贵的历史文化遗产值得好好保护与深入研究。它是极具文化内涵的仙居地标,希望有更多人前来参观了解。

10月24日,三门县健跳镇南野村农户正在进行今年“南野玫瑰”首批集中采摘。去年以来,南野村和台州学院深入合作开展“玫瑰花海”项目,通过“集中+分散”方式种植9000株墨红玫瑰幼苗和200株观赏玫瑰,开展农村人居环境整治工作,将村里原先闲置无用的荒地和村中道路两旁、民居庭院外的空白区域作为玫瑰的重要种植区,打造村庄特色地标。

微评/农村屋前屋后、道路两旁种上玫瑰,花团锦簇美不胜收,边角荒地得以充分利用,美化了环境,增加了农民收入。栽小花靓大村,花小钱办大事,这一发展思路可圈可点!

别把购物节弄成算数节

11月还没到,“双11”的第一轮促销已经结束了。今年大促从10月中旬开始预售,比2023年又提前了10天左右。各大平台的优惠力度看起来不小,实际效果如何呢?第一轮大促之后,“拉夫劳伦卖爆单”意外登上了热搜,倒不是这个品牌有多么受欢迎,主要是因为其单品价格高,还支持极速退款,很多原本只需要买1000来块钱的消费者就选择了用它凑单,享受完满7000元减560元的优惠后马上退款。

漫画/王锋



激发文化创新创造活力,让伴手礼出彩更出圈

威继光文创本笔礼盒、咽舒枇杷饮、鸡山岛沙鳗干……10月25日,台州市消保委、市市场监管局联合召开2024年第五届台州特色伴手礼现场评测会,60件来自全市各地的初评入围产品在现场展示,角逐“2024年台州特色伴手礼”。(10月26日《台州晚报》第3版)

台州文化底蕴深厚,非遗资源丰富,这几年通过政府引导、政策支持以及秉持匠心工艺、拓展消费场景,威继光文创本笔礼盒、沈宝山中医药文化剪纸书签、爱仕达暖萌熊·不锈钢真空易开杯等一批文创产品、伴手礼彰显本土文艺范,在不断扩大市场份额的同时,助推着非遗活态传承、“火”在当下,成为我市文旅行业的一张新名片。

目前,我市已推选出长三角特色伴手礼2件、省级特色伴手礼19件、市级特色伴手礼121件,形成了有一定影响力的特色伴手礼“台州板块”。打造更多有特色、有内涵的伴手礼,是激发文化创新创造活力的体现,也是提升城市文化影响力、文旅竞争力的要求。把好资源转化为好品质、好品牌,坚持守正创新发展是“不二法门”。

当前,消费者的需求日趋多样化、个性化,推出更多的伴手礼爆款产品必不可少。要根据消费对象尤其

“95后”“00后”等年轻群体的喜好,深入挖掘本土文化的底蕴内涵,灵活运用非遗样式和国潮风格,引入新科技、新元素、新业态,推出更多有趣、有用、有品位的特色伴手礼,观则有色,食则有味,藏则珍贵,并延伸上下游、做优产业链。在此基础上深耕不懈,讲好品牌故事,树立品牌形象,就能形成新的经济增长点。

消费市场瞬息万变,以创意的活水激发文化创新,伴手礼才能不断释放新的活力。我们欣喜地看到,无论是咽舒枇杷饮、鸡山岛沙鳗干,还是谢杨贡姜、沈宝山中医药文化剪纸书签,正是插上了创意的翅膀,更加突出年轻化、时尚化、生活化,才有了更丰富多样的“打开方式”。从设计到包装,从生产到销售,要将创意基因深根稳扎于各个环节,练好“内功”、推陈出新,精工细雕、精益求精,进而培育更多消费新热点,在更好满足人民日益增长的美好生活需要的同时,绽放属于伴手礼的时代魅力。

新媒体时代,特色伴手礼要形成“流量密码”,既要借助短视频、带货直播等多元场景,也要借力行业大咖、明星达人积极造势,广泛搭建展示推广和交易平台,不断拓展线上线下渠道,形成以消费促进非遗传承、以非遗传承成果刺激消费的良性循环。

□ 徐剑锋