

“国井·扳倒井”杯“信用让消费者更放心”3·15国际消费者权益日纪念活动有奖征文选登

你吃过“土”吗？

◎刘昭

看到她,我仿佛看到了刚参加工作时的我。每次购物狂欢我都不会错过,从衣服包包到化妆品,从居家摆设到报刊杂志,无一不备。对于购物的专注跟认真,我会提前几个月把喜欢的东西加入购物车,等着“双十一”将他们一网打尽。更离谱的是,为了“零点抢购”,我会一直坐在电脑前,等待凌晨的到来。曾经,有一年的双十一,我跟同事血拼过后,发现都已三更半夜。然后我们无比“心满意足”地“披星戴月”般回到了宿舍,那时候的心情好比打了一个胜仗,成就感、满足感不言而喻。现在回想起来,觉得自己当初特别可笑。

可是,这种可笑的经历何又尝不是一种青春的记忆呢?任性、自由、无拘无束的洒脱、敢

看到她,我仿佛看到了刚参加工作时的我。每次购物狂欢我都不会错过,从衣服包包到化妆品,从居家摆设到报刊杂志,无一不备。对于购物的专注跟认真,我会提前几个月把喜欢的东西加入购物车,等着“双十一”将他们一网打尽。更离谱的是,为了“零点抢购”,我会一直坐在电脑前,等待凌晨的到来。曾经,有一年的双十一,我跟同事血拼过后,发现都已三更半夜。然后我们无比“心满意足”地“披星戴月”般回到了宿舍,那时候的心情好比打了一个胜仗,成就感、满足感不言而喻。现在回想起来,觉得自己当初特别可笑。

可是,这种可笑的经历何又尝不是一种青春的记忆呢?任性、自由、无拘无束的洒脱、敢

爱敢恨的性格,这些只有年轻才犯下的“迷糊”又会让多少青春不再的人心生羡慕啊!

如果现在让我再熬夜等待“双十一”的到来,不好意思,我绝对不会奉陪了。我既没有那个空闲的时间,我也没有那么充沛的精力。我宁愿多花点钱,也不会花时间在了一场并未带来多大实惠的抢购战上。

每年的购物狂欢一后,很多专家都会分析当下年轻人疯狂购物的心理跟动机。他们会说这些年轻人之所以在“双十一”疯狂购买,是出于“怕吃亏”和“跟风”的心理。然后开始告诫广大消费者购物时要做到不盲目,不跟风,不攀比,理性消费铭记于心。

其实,任何一种理智都源于成熟。“欲买桂花同载酒,终不似少年游。”如果你不再盲目,不再跟风,做任何事情都很理性,有原则,有底线,那恭喜,你越来越成熟了。

“你吃过土吗?”“吃过。”那同样恭喜,你曾经青春年少过……

作者单位:曲堤镇中心小学

理解

◎祁云霄



我们赞赏大度,我们赞美宽容,我们更赞颂理解。因为,理解,它贯穿和融合在一切人际关系中,是一种换位思考,是一种情感的领悟,是一种心灵的和谐。在生活中多一些理解,友谊之树才能长青,友谊之花才能常开。

安徽桐城有个“六尺巷”,其典故一直美谈至今。清代大学士张英老家与吴姓邻居为住宅边界的事把官司打到县衙。张家人写信到京城求告张英,张英收到信后,在信上批诗一首寄回老家:“千里家书只为墙,让他三尺又何妨。长城万里今犹在,不见当年秦始皇。”家人收到信后,豁然开朗,主动撤诉,让出三尺地。吴家见了非常感动,也让出三尺,这就是有名的“六尺巷”。

这则故事尽管短小,但却言简意赅地告诉大家一个非常深刻的道理。邻里关系就需要你敬我一尺,我敬你一丈的态度。百金买屋,千金买邻,好邻居金不换。当今社会人与人之间、邻里之间,应多些人情味,少些火药味。“六尺巷”虽然发生在古代,但其中彰显的邻里相处的礼让精神,今天读来依然发人深省。老话讲,远亲不如近邻。邻里和谐最终受益的首先是自身,邻里之间和谐相处,其实没有什么秘诀,也没有什么捷径,贵在换位思考,相互体谅,相互理解,彼此礼让。

家庭的和谐,离不开理解。家是爱的聚合体,是感情的港湾,是成长的摇篮,是精神的乐园,是灵魂的栖息地,是最能让自己放纵的地方,是你和你家人在一起的情感的全部,它不是房屋、彩电、冰箱、汽车等物质堆砌起来的别墅;当然,物质的丰富固然能提高人们的生活质量。但是,在家庭成员之间缺乏相互理解、相互关爱,如果充满暴力和冷战,同床异梦,貌合神离,家将不成为其家,而成为一个争斗战场。

有一个富翁醉倒在他的别墅外面,他的保安扶起他说:“先生,让我扶你回家吧。”富翁反问道:“家,我的家在哪里,你能扶我回得了家吗?”保安大惑不解,指着不远处的那别墅说:“那不是你的家么?”富翁指了指自己的心口窝,又指了指不远处的那栋豪华别墅,一本正经的,断断续续地回答道:“有爱才有家,那不是我的家,那只是我的房屋,不是家。”接着又苦笑地说道:“我拼搏半生,事业有成,现在穷的只剩下‘钱’了……”

怎样处理好家庭成员之间的关系,这是摆在每个人、每个家庭都所面临的问题。虽说是“血浓于水”,虽说是“血肉亲,打断骨头连着筋”,虽说是亲人比外人容易担待。可不管是谁,在感情和尊严方面,他的心都会脆弱,都会经不起伤害。和谐的家庭生活就是要做到相互信任,相互理解,相互体贴,以情动情,以爱关爱。正所谓:“百年修得同船渡,千年修得共枕眠。”也像歌中所唱的那样:“军功章上,有你的一半,也有我的一半。”托尔斯泰说,幸福的家庭是相似的,不幸的家庭各有各的不幸。和谐的家庭生活才能有亲人之间的稳定感情,才能给社会带来安康和安宁。

朋友之间,需要相互理解。朋友,是旧屋墙角的一坛老酒,是躺在你心底的那张旧的发黄的老照片,是在疾风苦雨中行时飘过来的一把雨伞。俗话说,好朋友胜过亲兄弟。所以,朋友之间如果出现了摩擦或裂痕,应该多包容,多检讨,多反省,多理解。真正的朋友,是相濡以沫,是风雨同舟,是肝胆相照,是志同道合。

“管鲍之交”讲述的就是管仲与鲍叔牙这对千古传颂的至交典范。他们年轻的时候,管仲家里很穷,又要奉养母亲。鲍叔牙就叫管仲一起做生意,因为管仲没有钱,本钱几乎都是鲍叔牙投资的。可是,当赚了钱以后,管仲却拿的比鲍叔牙还多。鲍叔牙的仆人就对管仲说:“管仲拿的本钱比你人少,分钱的时候却比你人拿的还多。”鲍叔牙却对仆人说:“不可以这么说,管仲家里穷又要奉养母亲,多拿一点没有关系的。”还有一次,管仲和鲍叔牙一起去打仗,每次进攻的时候,管仲都躲在最后面,大家都说:“管仲是一个贪生怕死的人。”鲍叔牙听到后说:“你们误会管仲了,他不是怕死,他是挂念老母亲没人照顾啊。”管仲听到之后说:“生我是父母,理解我的人可是鲍叔牙呀!”后来,齐国国王小白,决定让鲍叔牙做宰相。但他却举荐管仲做了宰相,并甘愿做管仲的下属,一同把齐国治理的国富民强,天下的人都赞颂鲍叔牙对管仲的理解。

可见,在人们的生活中,多一分理解,就多一分温暖;多一分理解,就多一分感动;多一分理解,就多一分融洽;多一分理解,就多一分美好。

请记住:世上有一种高贵,叫“理解”;世上还有一种难得,也叫“理解”。

作者单位:区纪委

“权健”事件背后的诚信缺失

◎张玲

2018年岁末,自媒体“丁香医生”发表一篇题为《百亿保健帝国权健和它阴影下的中国家庭》的文章,曝光权健公司虚假宣传治愈癌症女董消息,文章不但刷屏朋友圈,而且不啻投下了一颗重磅炸弹,在权健公司和以它为代表的保健品江湖引发了一场轩然大波。

事实上,在此之前,权健公司就多次被曝光,早在2012年,吉林蛟河权健案,蛟河市人民法院判处包括权健公司“人人系统”最高领导人孟某等在内的四个人组织、领导传销罪;2018年6月,安徽省郎溪县法院作出刑事判决书显示:被告人岑某于2015年7月加入权健公司,其在随后的一系列行为构成组织、领导传销活动罪;湖南经视在2018年10月30日的报道就权健的传销模式进行了曝光,却未引起大范围的舆论关注……

权健公司是否涉嫌传销罪和涉嫌虚假广告罪,程度如何,有关部门早已立即介入调查。但事件暴露的诚信缺失却映射出企业发展最大的短板和不可回避的社会痛点。企业发展,诚信为本。每一个市场主体本应当怀敬畏之心,向社会提供优质的产品。在短短几年里,权健公司遭曝光和人员涉刑事件频发,公司是否以之为鉴进行深刻自省自律?是否唯名是图,默许甚至自我放纵,踩着道德和法律的底线飞奔却公然践踏了规则?是否丢掉初心,早已把企业对社会和人民的责任心抛到九霄云外?

广大民众也亟需培养盛开在理性土壤上的诚信之花。幸福都是奋斗出来的。天上不会掉馅饼,欺骗的得逞总源于畸形的需求和懒惰、侥幸、无知编制成的黄粱美梦。君不见,多少人抱着一夜暴富的幻想,毅然决然投身传销大业,直至血本无归、倾家荡产仍执迷不悟。广大民众的精神领地,需要科学的、积极的知识和思想去充实和占领。

外在的监管理应成为最后兜底的防线。可现实却往往遗憾更多。事件爆发后的“危机”时刻,第一时间就会跳出众多的“有关部门”,他们高度重视、反应迅速、处置得当,而在民众最急需引导和帮助的寻常日子,却往往搪塞推诿、噤声失语。厘清职责界限,压实监管主体责任,完善考核问责办法,激励担当作为,也许才是建立诚信政府、取信于民的根本所在。

权健事件发生后,“无限极”“天狮”“太阳神”等多家保健品行业大佬的旗下门店都在夜幕下扯下了“门”招牌,但这只是潜伏,不是消失!党的十九大报告提出推进诚信建设,社会主义核心价值观的培育和践行更离不开“诚信”这一道德基石。我觉得,理想的状态是:在社会这个庞杂的多维空间里,产品的供应者、需求者、秩序的管理者都能够各行其道、各负其责、各尽其能,恪守诚信规则,一切秩序井然,风朗气清!

作者单位:实验二小

喷香的肉夹馍

◎王翠华

每天早上,街灯还睡眼惺忪,空气里就飘荡着诱人的肉香,丝丝缕缕,引人舌下生津。这香味来自小区大门外东侧那辆卖肉夹馍的小三轮车。

它的主人是一位中年男子,高高大大的,看上去四十多岁,他面色微黑,模样憨厚朴实,衣着简朴但干净利落。那辆三轮车被他擦拭得锃明瓦亮,炊具等家伙事儿收拾得纹丝不乱。

他卖的肉夹馍好吃,最讨孩子们喜欢。上学的孩子起床早,半夜五更没一点胃口,却都喜欢妈妈匆匆捧回来的热乎乎的肉夹馍。这些年,一批批孩子长大了,走出去,肉夹馍的主打早餐却一直没变。

大家都说,这家的肉夹馍不光好吃,而且用材放心、价格公道。他家做肉夹馍用的肉、面、油一直都是从大超市和专卖店采购的,别家大都会瞅准机会提价,或者耍个小花招,借减小个头儿会降低质量变相提价,而他家的肉夹馍不但比别家的便宜5角钱,而且这些年一直价格不涨、质量不降。这也许就是他的肉夹馍小摊能在这里一呆十多年的主要“秘诀”吧。

我家小女这几年在外地读大学,每次放假回来,她都会赶清早买回肉夹馍吃,她戏说这肉夹馍让她吃出了当年高中生活的味道了。看着女儿大口快朵颐的吃相,我也不禁想起当年每天一大早为女儿买肉夹馍的情景,好几次早上倾盆大雨,以为那位肉夹馍摊贩不会来了,可远远就看到一顶大大的雨伞下面男子忙碌干活的身

影。数九隆冬季节,寒风吹到脸上就如刀割,男子就在等顾客的间隙,在小车附近急促地来来回回小跑御寒。有那么几天,我发现在小车旁换成了一个十七、八岁的大男孩,是中年男子的儿子,刚读大学,原来是他爸爸有急事须赶回远方的老家,为不让大家扑了空,一家人就商量好暂由放假的儿子代劳几天。儿子做的肉夹馍味道一点都不比他父亲的差。我不禁对卖肉夹馍的父子又多了几分好感。

在以后偶尔的闲谈中我了解到,男子是陕西人,十八年前,他和一位济南姑娘一块儿在济南打工,两人恋爱了。可天有不测风云,正当他们紧张而甜蜜地筹备婚礼时,姑娘突然遭遇车祸,落下严重残疾,姑娘的母亲也因为着急脑溢血发作,生活不能自理。男子在姑娘的老家落了户,同时照顾轮椅上的妻子和床上的岳母,十多年来,一家人就主要靠这辆肉夹馍小摊度日。如今,儿子已经读大学,小女儿也已经读高中,日子虽有些艰难,但一家人倒也情意融融、充满希望。

我不由得对这位卖肉夹馍的大哥肃然起敬。诚信不只表现为行为上对规则的坚守,更是根植于信念上对圣洁感情的尊重!

我常常到那位大哥的小摊上买一个肉夹馍,一口下去,热乎乎的,顿觉齿颊留香。我真心祝愿他肉夹馍的小生意能做越做越红火!

作者单位:邮政公司

快乐的消费方式就是最好的消费方式

◎薛立彬

中国青年报社社会调查中心近期一项调查显示,随着互联网的发展,以租代买的生活方式逐渐被越来越多的年轻人所接受。70.9%的受访青年体验过以租代买的消费方式,57.4%的受访青年认为物更新换代快,租用可以随时体验最新潮流。从服饰箱包到数码产品,从家用电器到儿童玩具,几乎日常生活中的所有物品都可以通过租赁的方式来实现使用。租赁市场已有之,但如今万物并茂的景象,还是近几年的事情。从房屋、汽车、家电等生活必需品,到手机、电脑、无人机等电子产品,再到高档衣物、首饰、鞋、包等个性化用品,甚至玩具、绘本、绿植、艺术品等等,都可以通过“租”的方式来获得,“只有你想不到,没有你租不到”。借助通达的互联网,租赁如今已经突破传统的领域,开始延伸到生活的方方面面,“租生活”俨然已成为一种新的潮流。

其实“租生活”作为一种新的生活方式,冲击着国人的生活理念,是接受,还是反对?各执一词,褒贬不一。不能接受“租生活”的人认为,生活不是租来的,生活是靠自己不懈奋斗“争”来的。“租生活”虽则表面光鲜时尚,但掩盖不了贪图享乐爱慕虚荣的本质。租电脑,租名牌服饰,租名车……虚荣心不断膨胀,明明不是“大佬”非要去装“大佬”,长久下去,定会害人害己。反对“租生活”的人还认为“租生活”生活方式不能安放我们的灵魂。房子可以租来,却租不来人情温度;车子可以租来,却租不

来心境的自由;衣服可以租来,却租不来针线的温暖。花金钱租来的只是幸福的表象,靠努力获得的才是真正的幸福。说到底,用自己勤劳的双手获得的生活,才能使我们的灵魂得以安放。

接受“租生活”的人认为,“租生活”可以让生活性价比提高。这一部分人认为,花一小部分钱,享受自己的欢乐,何乐不为?如果一样东西不需要长久耐用,但是我们需要为这样东西全款买单,这很不划算。从性价比上算,反而会增加一件东西的使用寿命,因为租赁的东西总会到需要的人身边,减少落灰的时间。他们还认为“租生活”更环保,他们以为生活物品的多样性也给地球带来了巨大的环境压力,许多材质的销毁对环境的破坏是不可逆的,为了人类更长久的未来,环境保护是我们义不容辞的责任。租生活提倡的循环利用概念也是环保生活所提倡的。接受“租生活”的人认为“租生活”可以大大降低生活的开支压力,百分之百与百分之五十或者更低的对比,很明显的差距,现代生活的压力日益倍增,飞涨的物价,飞速增长的工资,“租生活”可以直接缓解生活压力。

其实,任何一种消费方式都是平等的,每个人的评判标准也不一样,对“租生活”接受也好,不接受也罢,这都不是最重要的,重要的是我们在消费的时候是不是快乐的,因为快乐的消费方式就是最好的消费方式。

作者单位:竞业园

由张瑞敏砸冰箱想到的

◎董松松

在庆祝改革开放40周年大会上,注重企业管理创新的优秀企业家代表海尔集团董事长、首席执行官张瑞敏荣获“改革先锋”称号。当年抡起铁锤砸冰箱的故事至今仍广为传颂。

1985年,张瑞敏刚到青岛电冰箱总厂当厂长的时候,一封顾客来信引起了他的注意,这位顾客在信上说想买一台冰箱,结果看了很多台都有毛病,最后只好凑活着拉走一台。张瑞敏之后对库存冰箱进行了检查,发现了76台缺陷冰箱。他当即把员工们召集到车间,商议对问题冰箱的处理方式,有人建议折价处理给员工,但张瑞敏却做出了惊人的决定:把76台冰箱当众全部砸掉,并且由生产这些冰箱的员工亲自用大锤来砸,并抡起大锤亲手砸了第一锤!然而,三年后海尔拿回了中国冰箱行业第一块国家质量金奖,并在此后进入十余年高速增长的金黄期。

将不合格的冰箱砸掉当然令人心疼,当时,很多职工砸冰箱时流下了眼泪。张瑞敏认为做产品应该把用户放在第一位,一定要做出质量过硬的产品。我们从那荡

气回肠的砸不合格冰箱举动看到了企业对顾客的庄严承诺。在海尔有一句话这样讲“真诚到永远”。只有当企业长期秉承真诚的理念时,才会被承认是企业文化,那么这家商品也就会贴上信得过的标签。要想产品质量过得硬,就要不断地在精品中追求精品,这就注定了真心诚意精益求精是一件多么不容易的事。

一个人的立身之本是诚信,企业的立身之本是什么?依然是诚信!靠诚信才能赢得消费者的尊重,赢得消费者的口碑。历史在漫长的发展过程中,那些黑心劣质产品终将被风雨打风吹去,唯有那些始终将顾客放在心上的企业才会留存下来成为备受人们青睐的品牌,就像那些百年老字号一样。有的商品可能在名气上比不上百年老字号的品牌,但至少在品质上要循老字号品牌,比如注重诚信,不投机取巧,不粗制滥造,对顾客要将心比心。对于个人有了这样一种心理,就会有所上进;对于企业有了这样一个素质,就会生意兴隆;对于社会有了这样一个氛围,就是一个和谐美丽的社会。

作者单位:区司法局

日内瓦车展首亮相! 起亚揭开多款新车“面纱”

——起亚全电动“Imagine by Kia”概念车在日内瓦车展完成首次世界亮相

——起亚e-Soul首次亮相欧洲市场,配备远程全电动动力系统

——首次推出升级版的Niro混合动力汽车和插电式混合动力汽车

——起亚为欧洲市场提供全新UVO CONNECT远程通信技术

在2019年日内瓦国际车展上,起亚汽车集团展示了全新的电动概念车“Imagine by Kia”,这是其在全球范围内的首次亮相,也是起亚e-Soul在欧洲市场的首秀。本次车展上,起亚展出全电动汽车阵容,每辆展车均采用品牌自身的轻度混动技术、混动技术、插电式混动技术或电动汽车技术,彰显先进的动力系统。值得一提的是,起亚对Niro混合动力车进行改进升级并推出全新UVO CONNECT远程信息处理技术,欲将该技术用于e-Soul和改款后的Niro混合动力车

型。未来,“网联汽车”技术将被引入到更多起亚车型。

首次亮相的全电动“Imagine by Kia”概念车

“Imagine by Kia”概念车诞生于起亚汽车欧洲设计中心,是起亚首款纯电动四门乘用车,它可以被称作是融合了运动型多功能车、时尚运动型家庭轿车以及多功能敞篷型跨界车优质DNA的汽车“新物种”。起亚欧洲设计团队充分利用动力系统全电动设计的底盘结构,最大限度地扩大了座舱空间,并且创造了一个通风宽敞的内部空间。另外,21块高分辨率屏幕在仪表盘顶部随意而协调的布局着,并以同步的方式弯曲,这似乎是起亚对“业内不断追求屏幕数量”的幽默反击。

此款概念车代表着起亚更加先进的未来设计语言。“Imagine by KIA”的前脸通过围绕前大灯的独特形态的照明线,重新诠释了起亚汽车设计的最大特点之一的“老虎鼻子”格栅。现有的

起亚图案被重新诠释,其标志性的“虎鼻”格栅被颠覆,“Imagine by Kia”大胆地推出了一款新识别发光“老虎面具”,创造了一个独特的和可识别的照明主题,使起亚在21世纪的品牌中脱颖而出。而为确保车辆尽可能顺滑地在空气中滑行,减少湍流和阻力,设计团队又将大量注意力集中在车辆的空气动力学上。起亚汽车欧洲设计副总裁格雷戈里·纪尧姆(Gregory Guillaume)对此表示:“汽车设计就是要深入人心,让人心跳加速,热血沸腾。我们想设计一款全电动汽车,它不仅能解决消费者对续航里程、性能、充电网络和驾驶动力的担忧,还能让消费者体验到风驰电掣的驾驶快感。”

起亚e-Soul的欧洲首秀

新一代e-Soul充满活力并更具创新性。虽然其整体外观延续了老款车型,但内部车舱配备了无线智能手机充电器、加热和通风前排座椅、平视显示器和高级Harman Kardon音响

系统等多项功能,让e-Soul充满了科技感。值得注意的是,e-Soul仪表盘采用起亚新推出的10.25英寸TFT LCD显示屏系统,拥有UVO CONNECT远程信息处理技术,拥有UVO CONNECT远程信息处理技术,让驾驶变得更加智能化。UVO CONNECT技术不仅能够为主提供包括交通实况、天气状况和停车位在内的大量信息,还能够提供车辆充电信息,包括充电站位置、充电桩可用性和连接兼容性。用户也可以通过UVO智能手机应用程序与手机连接,完成对车辆的一系列远程控制。

在欧洲市场出售的3代Soul将全部为电动版车型,提供续航里程(64kWh)与标准版(39.2kWh)两种规格可供选择,与欧洲目前最畅销的电动汽车相比节能30%。自2019年第一季度末起,新款e-soul将在欧洲部分市场上市。对此,起亚做出销售承诺,包括汽车的电机和电池组在内,将保修7年、15万公里。

起亚展示Niro混合动力车的升级成果

改款后的Niro混合动力车型在日内瓦车展上首次亮相,其结合了跨界风格和实用性以及超低的混合气体排放特点,采用全新外观设计,并搭配了更高级的品质内饰与全新的内饰颜色定制选项。此外,混动和插电混动型还搭载了起亚目前全新的UVO CONNECT远程信息处理系统,使得升级版Niro成为一辆更加智能的网联汽车。

自2016年上市以来,Niro全球销量已超过27万辆,其中在欧洲市场已售出超过10万辆。Niro跨界车是起亚2018年在欧洲销量第五的畅销车型,销量增长33%至45255辆,其中包括34642辆混合动力车和9951辆插电式混合动力车。而随着全电动e-Niro的推出,Niro系列产品进一步完善。2019年第二季度,升级版的起亚Niro混动和Niro插电混动汽车开始在欧洲市场销售。