

■每日观点

高端商品除了价高更要质高

□侯坤

发现，酸奶价格的高低其实和代表营养价值的“菌种”多少并不成正比关系。(7月6日《北京青年报》)

近年来，随着人们消费能力的不断提升和对生活品质的要求提高，各类所谓的高端商品越来越受到追捧。但若被问到高端商品究竟高端在哪，很多时候消费者可能并不完全清楚，于是乎，名头响亮、包装精美便成了人们对高端商品的主流认定标准，在购买商品时一味追求高档高价也成了一部分人的消费习惯。此风之下，商家瞅准了机会纷纷在商品包装等方面下功夫，着力提升商品的价格档次，令原本普通的商品摇身一变竟成了高端商品，

并从中获利颇丰。

然而，消费者支付了更高的商品价格，却没有得到更好的品质回报，这显然是一种极为不公平、不健康的消费情形，因此理应得到纠正和整治。

我们说何谓高端高级？从语义上理解，高端高级是指超过一般的，而高端商品自然应是超过一般商品的商品。这种“超过一般”应从何体现呢？当然是指高端商品的品质和价值要高于一般商品，而绝不是说商品的包装奢华、价格高昂就是高端商品了。以记者调查的酸奶为例，高价酸奶与平价酸奶营养价值相差无几，说明许多高价酸奶与平价酸奶相比并无品质和价值优势，因

此称不上真正的高端商品，只不过是价格虚高的“伪高端商品”罢了。

笔者相信，如果继续深入调查下去，类似高价酸奶一样的其他品类“伪高端商品”恐怕不在少数。那么，这些商品为何能够轻易披上高端商品的外衣，诱使广大消费者为其付出高价呢？不得不说，这与高端商品的准入不严、标准缺失等不无关系。虽然高端商品受捧已久，但时至今日，究竟什么是高端商品，仍是一个十分模糊的概念。在生产销售上，所谓高端商品缺少相关标准，只剩商家自吹自擂；在市场管理上，对冠名以高端商品的商品缺少准入把关，任何商品都敢

于自称高端，致使所谓的高端商品泛滥。

对此，首先要明确一点：高端商品应高在品质上，而非仅仅价格高企，高端商品的基本概念应当得到认定和普及。另外，管理部门理应加强监管治理，推动建立高端商品相关的制度标准，并积极维护市场秩序，促进规范经营，绝不能让高端商品沦为商家忽悠消费者的手段。总之，高价商品不等于高端商品，高端商品除了价高更要质高，作为普通消费者，我们期待当前鱼龙混杂的高端商品市场能够早日“水落石出”，更多真正优质的高端商品得以上市并惠及广大消费者。

夏季来临，酸奶在不知不觉中悄然涨价。近日记者在市场调查中发现，今年夏季各大乳企自称的所谓“高端酸奶”产品明显扩容，通常一杯200克的酸奶价位在10元左右。仔细对比就会

■每日图评

让更多的腾退空间服务于民

环境整治之后，安贞的裕民路社区终于有了富余空间。为孩子们开辟一间图书室的心愿最近终于实现了。在裕民路社区，地下空间中的青少年阅读基地成了社区最热闹的地方。记者看到，这处免费开放的阅读基地干净温馨，总面积1600平方米。虽是社区图书室，但藏书足有4万册，不但有儿童文学、科技类图书，还有幼儿绘本。(7月6日《北京日报》)

眼下，北京市的“疏解整治促提升”专项行动取得了巨大的成就，一个个违法建设被拆除，一个个“开墙打洞”被封堵，一个个作为群租房的地下空间被清除。取而代之的是一片片绿地，

一个个停车场，一间间便民菜店，一排排的活动室和阅览室。如何利用这些腾退的空间，更好地为民服务，这是摆在我们面前的一个重要问题。

安贞街道的做法说明，只要从居民普遍关心的问题入手，落细落小、多办实事，就能让居民满意和有更多获得感。一是倾听百姓意见。今年以来，安贞地区共拆违建6000平方米，腾退30处地下人防工程。这些腾退出来的空间怎么再利用？安贞街道坚持把方便居民摆在第一位。各社区迅速召开了居民议事会，让老百姓畅所欲言，看看大家最需要什么？根据居民的意见，他们先后建成了



1600平方米的青少年阅读基地，解除了学生家长的后顾之忧。二是为了建设宜居社区，舍得投入。今年以来，安贞街道共辟出绿地143块、432个停车位，2处文化活动场地。下一步，还要将腾退的空间建设便利店、社区菜店等服务

设施。所有这一切，都需要大量的资金投入，安贞街道把钱花在了居民身上，让居民得到了实惠。三是进一步完善了社区功能，把腾退出的空间变成服务居民的公共服务设施，为居民提供更加方便、舒适的生活环境。 □许庆惠

■长话短说

录取通知书中怎能夹带广告

近日，江苏省泰州中学、泰州二中、兴化中学等多所学校家长反映称，他们孩子收到的新生录取通知书里竟出现了同一家教育机构的宣传单。对此，泰州市第二中学副校长顾勇回应称，录取通知书的发放主要由教育局招生办负责，学校没有权利在录取通知书中投放宣传单。泰州市委教育工委办公室副主任莫先生回应称，经调查核实，在新生录取通知书中投放广告并非教育局所为，而是与教育局招生办存在合作关系的邮政局单方面的行为。(7月5日澎湃新闻)

录取通知书是教育部门或学校统一发放的同意学生进入相关学校就读的通知文书，具有法律效力。录取通知书本应该是严肃、简约、干净的，中学的新生录取通知书里竟然被邮政部门和商家联手夹带了商业宣传的私货，非常荒唐，这样的录取通知书被染上了商俗和功利的气息，变了味，不伦不类。

对于教育领域的商业宣传，法律已经划出了明确的禁区。《广告法》第三十九条规定：不得在中小学校、幼儿园内开展广告活动，不得利用中小学生和幼儿的教材、教辅材料、练习册、文具、教具等发布或者变相发布广告，但公益广告除外。邮政部门、培训机构未经学生及其家长同意，擅自将录取通知书中夹带商业宣传材料，不仅跌破了商业道德底线，还跌破了法律底线，侵犯了学生的合法权益。

对于小广告搭录取通知书的顺风车一事，邮政部门、培训机构应承担直接责任，教育部门、学校也应该承担一定责任，即便教育部门、学校不知情，也负有监督把关不严的疏失之责。显然，此事不能以相关部门的解释、道歉或自查画上句号，市场监督管理机关应该介入，依法查清问题，追究责任。录取通知书载不动小广告的商俗与功利，其它的教材、教具、文具等也同样如此，希望学校、教育部门、商家、市场监管部门等主体都能恪守法律底线，积极履行责任。 □李英锋

■网评锐语

治理“有偿补课”需要严查严办

鞠实：教育部近日发布的《2017年上半年中小学有偿补课治理专项调研与督查情况》指出，以考试成绩、升学率作为评价学校重要指标的狭隘政绩观，造成学校应试教育倾向、校际间分数攀比和畸形竞争，部分地方和学校对有偿补课态度暧昧，甚至默许纵容。有效治理“有偿补课”考验的还是有关方面的治理决心和智慧问题。期待有关方面严查严办违规“有偿补课”。

给违停车辆喷漆不能解决问题

张淳艺：在西安西二环外的雅逸新城小区，进出小区南门的马路双向只有两个车道，而且特别狭窄。尽管如此，违停的车辆一个挨一个的占用了两个车道的位置。7月5日清晨，从此路过往的群众发现，停靠在路上的车辆被人喷了绿漆，上面喷着大大的“违停”。占道停车属于违章行为，给违停车辆喷漆涉嫌违法。这种“以暴制暴”的做法不能解决问题，反而容易激化矛盾。

■世象漫说



谁是爸妈的宝贝

“他们说我是他们的宝贝，但我现在觉得手机才是他们的宝贝。”7月2日晚，重庆市35岁的何女士发了一条朋友圈，晒出11岁女儿的一篇暑假日记，日记记录了女儿与父母相伴的这一天，父母的注意力却始终在手机上……这篇日记让年轻的爸爸妈妈们看了纷纷汗颜，感叹不经意间就毁掉了孩子的童年。(7月5日《都市热报》) □朱慧卿

■有感而发

为普通劳动者存照是个好创意

6月29日至30日，陕西咸阳市中华广场成为全市焦点。该市秦都区总工会为百行百业的一线普通劳动者拍了100张“火热”的劳动照片并展出。“这是配石头镜的，这是剃头匠，这是裁缝，还有挖地沟的农民工、卖早餐的、送快递的，有意思。”“有些行业都快消失了，新的行业又诞生了，值得记录下来。”参观的人络绎不绝，指指点点。(7月6日《工人日报》)

众所周知，一线普通劳动者是值得全社会尊敬的群体。因为在他们身上，有着爱岗敬业、任劳任怨、勇于奉献的高尚品格。

然而平时，大家对他们的生活和工作场景、所作奉献等知之甚少，所以可以用默默无闻来形容他们的存在。

就此而言，秦都区总工会为百行百业的一线普通劳动者拍了100张劳动照片并展出，不能不说是一个很好的创意。的确，时代的发展，社会的进步，在很大程度上离不开各行各业许许多多普通劳动者的辛勤付出，如果把他们的劳动场面拍下来并公之于众，对劳动者是种肯定和尊重，对大家也是种激励。

因此我相信，通过对百行百业百人百相的参观，不但会让大

家对各行各业的职业特点增加了了解，而且对劳动的内涵有更深的理解和感悟，进一步奏响“劳动最光荣、劳动最崇高、劳动最伟大、劳动最美丽”的时代强音，从而充分激发大家的劳动热情和创造活力。

总之，普通劳动者的照片，不仅是一道道亮丽风景线，而且是引领社会发展的精神旗帜。如果各地、各企业的工会组织等部门都能为普通劳动者存照，不但有利于形成“赶、学、比、超”的良好风气，而且能让热爱劳动、勇于创造、乐于奉献的宝贵精神薪火相传，大放异彩。 □和法堡