

2022年7月11日
星期一
星级编辑/蔡富根
组版/李静
校对/陈文彪

市场星报

出版单位 市场星报社
地址 合肥市黄山路599号
时代数码港24楼



新闻热线 62620110
广告垂询 62815807
发行热线 62813115
总编办 62636366
采编中心 62623752
新闻传真 62615582



市场星报电子版
www.scxb.com.cn
安徽财经网
www.ahcaijing.com
Email: admin@scxb.com.cn



零售价 1元/份
全年定价 240元
法律顾问 安徽美林律师事务所
杨静 律师
承印单位 合肥安博印务有限公司
地址 合肥市新站区物流路以南
板桥河以东
电话 0551-64278186

星报传媒
全媒体矩阵



市场星报官方微信



《安徽画报》微信



掌中安徽APP



市场星报官方微博

禁售“军”字号商品,必要的正本清源

何勇海



近日,中央军委后勤保障部、中央网信办、公安部、国家市场监督管理总局、国家烟草专卖局、国家知识产权局六部门发布关于禁止销售“军”

字号烟酒等商品的通告,严禁任何单位和个人利用中国人民解放军和武装警察部队名义,以任何形式进行商业营销宣传。严禁线上线下销售“军”字号烟酒等商品。严密组织“军”字号烟酒等商品监管。(今日本报11版)

“军”字号烟酒等商品,是指在商品或包装上印刷、刻制、铸造以下字样或图案的商品:军事单位名称、部队番号或者代号、涉军特定含义字样、军用标志物图案或者类似图案。近年来,部分经营者公开或变相冒用军队名义,使用军队特定含义字样和图案,生产销售假冒伪劣商品,而打着“军用”“军供”“军需”“军品”“军队专供”“军队特供”等旗号的商品,更是常见。

这明显是“拉大旗作虎皮”,利用军队和军人在百姓心中的崇高地位,误导消费者。在许多消费者看来,只要是“军”字号商品,就是“耐用品”,故大街上所谓的“军用品劳保店”基本不愁生意;只要是“军”字号商品,就是“质量信得过产品”,故总有假冒军人售卖所谓的“军用品”欺骗消费者,且屡屡得手。

实际上,在我国,经营性企业与军队早已完全彻底脱钩,更何况,那些假冒“军”字号商品,对人民群众的生命健康和财产安全也是一种隐患与威胁,更会严重损害军队形象。

六部门禁止销售“军”字号商品,有助于维护消费者合法权益、人民军队良好形象、社会公共利益和市场经营秩序,是必要的正本清源。各地各级相关职能部门要密切配合,加强对违规生产、销售“军”字号商品和涉军商标注册监管,对发现的问题坚决予以纠正,对拒不整改、顶风违法违纪的,依法依规严肃查处。如今,各类假“特供”大有将阵地转移到线上之势,更需强化监管电商平台,倒逼平台对“军”字号商品



货卖一张皮 王恒/漫画

加强围追堵截。

消费者也要摒弃“特供”思维和虚荣心理,不能明知是禁售商品还购买,应积极举报予以取缔。

热点冷评

高温“烤”验下,撑好“遮阳伞”

栗水

中央气象台7月10日6时继续发布高温黄色预警:未来10天,四川盆地、江淮、江汉、江南、华南等地有持续性高温晴热天气,日最高气温一般为35~38℃,局地可达40℃以上。气象专家表示,此次高温天气范围广、强度强、持续时间长,受副热带高压西伸北抬影响,未来高温天气影响范围进一步扩大,南方大部地区将出现持续性高温天气。(7月10日央视新闻)

俗话说:小暑、大暑,“上蒸下煮”。刚进小暑,这天气就进入“狂热”模式,中央气象台连续发布高温黄色预警。据悉,安徽多地未来几天最高气温可达40℃,而且将持续好几天。

人世间,没有什么比安全和健康更重要

更值得关注的了。高温天气,状况多发,不仅容易导致中暑,引发胃肠道疾病和心血管疾病,还会造成车辆自燃、爆胎等事故频发。因此,这样的天气要警钟长鸣,做好防暑降温工作,守护好健康与安全。首先,有关部门和单位要切实履行职责,做好防暑降温及各项保障工作。天气炎热,用电量巨大,供电部门要做好迎峰度夏工作,确保居民用电需求;高温下长时间露天作业非常容易中暑,有关部门要采取减少劳动时间、避开最热时段、改善作业环境、增加防暑降温用品供应等措施,确保劳动者的安全;我们还可以开放部分人防设施为市民提供避暑纳凉场所。此外,相关部门还应加强防暑降温

保健知识的宣传,让更多的人懂得高温下如何保护自己。当高温天气出现时,我们每一个人都应该做好防御准备。应尽量避免户外活动,若必须外出应做好防护措施。应合理使用电器,不过分贪凉,预防“空调病”“风扇病”。注意作息时间,保证睡眠,必要时准备一些常用的防暑降温药品。高温下,车辆容易出状况。开车的人应做好车辆维护保养,清理车内的打火机、喷雾罐等易燃易爆物品,防止发生爆炸、自燃;轮胎胎压不可过高,防止爆胎。

高温是对我们严峻的“烤”验,我们要做好应对“烤”验的准备,齐心协力撑好“遮阳伞”,确保生命安全与健康。

时事乱炖

“虚胖”的水果包装该“瘦身”了

吴睿鹤

10公斤苹果纸箱重2公斤;8公斤枇杷4公斤都是湿纸……包装中加入填充物原本是为了保障水果的品质,但实践中这种方式有些“变味”,保鲜用的湿纸越来越重,五花八门的搭配越来越多。在四川省泸州市龙马潭区的水果批发市场,“称重不去皮”潜规则大行其道,消费者意见很大,投诉时有发生。(7月10日《中国消费者报》)

对于水果市场而言,在水果箱子里适度放些填充物,既能有效防止水果在运输途中受到不必要的损伤,影响到水果的品质,也能起到保鲜的良好效果。可是,如今一些水果包装,变得越来越离谱,尤其是整箱水果包装过度“虚胖”的情况,远远超出常人的想象。“虚胖”的水果包装,源于监管的严重脱节。水果从产地到销售市场,分别归属两个不同的职能部门管理,进入市场前,属产地管辖,归农业农村局主管,只有进入流通领域,到了水果批发市场,或到了终端销售场所,才是市场监管部门管理。由于部门间缺乏相应的协调、分工以及联合执法机制,

造成了水果包装“两不管”的“真空地带”。

更为重要的是,既有水果包装标准的过于笼统,没有实施细则,缺乏操作性。正是因为行业监管脱节、标准可操作性差强人意,才让水果“注水包装”,包装“虚胖”大行其道,导致水果销售市场终端的零售价格无形中推高,这不仅侵害了消费者的知情权,伤害了购买者的合法权益,也对消费者构成了消费欺诈。

当务之急,应重新修订《新鲜水果包装标识通则》等法律法规,制定可操作性强的行业标准,譬如,包装净重和水果净重相比,不得超过5%;又如,在销售场所,要公示包装箱问题,告知消费者“水果计重是按照毛重计价,毛重包括筐、箱子、废纸、水袋等”。若超过规定标准,一律视为消费欺诈,依法予以严惩;同时,架构行业黑名单制度,制定行业退出机制,通过制定一系列硬措施和硬标准,来倒逼水果商改变经营方式,让“虚胖”的水果包装自行“瘦身”,从而营造良好的绿色消费环境。

非常道

人生没有最好的年龄 只有最好的心态

岁月匆匆,人生如梦。每个人都在被光阴推着走,年龄的增长不可避免。人生永远没有太晚的开始,真正高级的年龄观,就是忘记年龄,始终怀有生活的热情。接纳年龄,活得从容;珍惜年龄,活得舒适;忘记年龄,活得洒脱。关于年龄,愿你我及时领悟这三句箴言,不负韶华,不负余生。
@人民日报

微声音

一直在成长的人 都拥有自我更新的能力

真正的成长,就是不断进行自我迭代,让今天的自己胜过过去的自己。优秀的人,都懂得积极迎接变化,并在变化中脱颖而出。持续学习、坚持运动、整理房间、培养兴趣、反思总结、适度放松、克服拖延、保证睡眠、高效社交……9件事帮你实现自我更新,在提升中成长,去拥抱闪闪发光的自己吧。
@人民日报