

征稿启事

如果您对烟台身边事觉得不吐不快,对自己的经历见闻有话要说,或者对烟台城市发展有自己的建议,或者读罢本报新闻后想谈谈看法,我们的话题版都在等着您。

稿件字数以500-1000字为宜,择优刊发,稿费从优。来稿注明姓名、地址、邮编。投稿邮箱:yantahua@163.com

是谁造就了虚假广告成长的沃土

头条评论

毛旭松

最近,功能性饮料红牛因为“给你双翅膀”的广告词惹上官司,同意向消费者支付1300万美元的赔偿金,用以补偿因不实广告语对消费者带来的伤害。红牛不过是吹了吹牛皮,就要面临高额的赔偿金,我想大洋彼岸的国

内商家肯定会笑话红牛这个冤大头实在太冤了。

以我们多年被虚假宣传狂轰滥炸锻炼出的免疫力,可能很多消费者甚至还在为这有趣的创意叫绝呢!小孩子都知道喝饮料不能长出翅膀,这怎么能算虚假宣传呢?但别忘了,做广告可不是作画讲究什么艺术夸张,关键就在于货真价实和明码标价。

但凡留意下我们身边,“给你双翅膀”这样涉嫌夸大宣传的广告语真是不胜枚举。方便面外

包装那热气腾腾的面条极富弹性,色泽诱人的蔬菜和鲜美无比的大虾简直让人垂涎欲滴,可实际那包脱水的蔬菜料包真是小得可怜。再比如一些高校的招生广告,夸大学校的师资条件,鼓吹百分百就业率,严重误导学生择校。还有很多购物网站所谓的“购物狂欢季”不过是促销时先提价后降价冒充打折。

《反不正当竞争法》规定:广告不得含有虚假的内容,不得欺骗和误导消费者。《广告法》规

定:利用广告对商品或者服务作虚假宣传的,由广告监督管理机关责令广告主停止发布,并以等额广告费用在相应范围内公开更正消除影响。尽管法律规定十分明晰,但虚假宣传广告一点不见少,甚至出自很多大企业,民众已经见怪不怪了。面对虚假广告,我们似乎并没有太强的维权意识,甚至有些纵容。像有些名人代言的广告,尽管已经由权威部门定性为虚假宣传,还是有人替着明星们说话,帮他们开脱。

对于虚假广告的态度,与其说外国人较真,不如说我们冷漠。没有人相信喝红牛长翅膀,可还是惹上了官司,并按照法律规定面临巨额赔偿。反观我们铺天盖地的虚假广告呢?难道要让老百姓自己去鉴别是否涉及虚假宣传?监管部门加强对广告语的审核,完善明星代言的法律责任,商家构建诚信体系迫在眉睫。广告构思巧妙没问题,但不是天马行空没有节制,法律的底线不容僭越。

名嘴说事

年轻的时候,我总觉得生活就应该是随遇而安的,只要在大事上靠谱,小事不需要太计较。可当自己慢慢成熟长大后发现,对生活小事马马虎虎的人,对大事也根本严肃不起来。日常生活中已经习惯了对自己的自由散漫放纵,内心便早已没有了自律这样的概念,等你想紧张起来的时候,却发现自己的一切,都好像刚醒来之时的被窝,凌乱不堪什么都找不着。一个人对自己没要求,就没有资格对这个世界有什么要求。

——赵星(作家)

在现阶段,中国经济政策具有两面性:一面是“促改革”,一面是“稳增长”。具体说到哪面重哪面轻,我看绝无定论。一定是要看具体情形。经济下滑时,可能会倾向“稳增长”多一点,经济企稳时,可能会倾向“促改革”多一点。有人将之形象地比喻为“中国经济政策必须学会在刀刃上跳舞”。这个比喻很形象。

——赵晓(经济学家)

嬉笑怒骂

新闻:不光手机有“土豪金”,连轿车都有“土豪金”了。厦门湖滨南路夏商置业大厦后面的空地上,一辆“甲壳虫”轿车吸引了不少市民的目光。让人万万没想到的是,这辆“土豪金”轿车是用19998枚5角硬币,花了4天时间贴成的。据轿车所属的公司负责人透露,此举是为了配合慈善宣传活动,旨在帮扶因交通事故造成家庭生活困难的卡车司机。(海西晨报)

点评:怎么贴上去的就怎么抠下来吧。

新闻:10月8日,湖南吉首国土局下属的国土房屋开发公司副经理龙吉林找国土局局长王孝强谈问题,不久二人发生冲突,龙吉林被打了三拳。王孝强接受采访时承认“动了手”,但表示是龙吉林出手在先,“打了我两次后,如果还不还手的话,那我还算个男人不?”(红网)

点评:伤了也没事,反正有公费医疗。

新闻:教育部公布了全国和各地近两年就业率较低的本科专业名单。其中,有不少是前几年看起来时尚而高端的“高大上”专业,例如广播电视编导、播音与主持艺术、动画、知识产权、电子商务。(大河报)

点评:就业率这玩意儿,四年河东,四年河西。

新闻:近日,武汉国际会展中心举办中国绿色产业交易会及绿色生态文化论坛会。会议结束后,接近两百瓶已经开盖的纯净水并未被带走,现场大部分纯净水也只喝了一口,有的甚至并未开盖。据了解,一般会议所用矿泉水瓶为500毫升左右,若与会者有500人,一场会议则要消耗近250升饮用水,相当于8个三口之家半个月的饮水量。(中国新闻网)

点评:悄悄的我走了,正如我悄悄的来,不带走一个瓶。



漫画:夏坤

有一种寒冷叫啥来着



我来抛砖

@二愣子烧饼:计划着和小伙伴去南山公园爬山,想着秋天可算是来了?登高望远的时候终于到了,走到半路上就被风刮回去了,大家该穿秋裤的就穿起来吧,别硬撑啦!

来源:烟台论坛

我有话说

给媒体搭建“北果南卖”新平台点赞

赵传勇(福山区)

时下享誉全国的烟台苹果上市了,为了让全国人民都吃上地地道道的烟台苹果,南方四大主流媒体——广州日报、钱江晚报、扬子晚报、新闻晚报强强加入,与齐鲁晚报及栖霞市人民政府共同打造“栖霞苹果红江南”活动,为“北果南卖”搭建起了一座新平台。

烟台苹果好吃的背后是广大果农的辛勤付出:冬初施肥,春天修枝除草,夏天除虫,才有

了秋天的硕果累累。和其他的农民一样,能有个好收成是对果农的最好回报,能让果农的钱袋子鼓起来才能让他们感到实实在在的好处。由于自然灾害等原因,今年烟台苹果产量比往年有所下降,值得欣慰的是苹果的质量不降反升,坚挺的价格也给广大果农打了一剂强心剂。尤其是今年五大主流媒体推出的“栖霞苹果红齐鲁”活动和“栖霞苹果红江南”活动,真正为果农拓宽了销售渠道,让果农的苹果不愁卖,更能

卖个好价格,从根本上解决了困扰果农最大的难题,同时又让更多的人都能大饱口福,实属一举两得的好事。全国各地的特产数不胜数,但由于种种原因,许多本土之外的外地特产,只是有所耳闻,止步于嘴边,虽然各大超市也有其身影,但大部分都已过了最佳食用期,里面的乡土特色也所剩无几,而且时常纠结究竟是不是地道的特产?有心想尝鲜,却门路有限,买到假冒伪劣的上火不说,还有损特产的名声,但此次

的活动由五大主流媒体的公信力作担保,依托栖霞市人民政府共同打造的新型销售平台,可以很好地解决客户的后顾之忧,更有利再次提升烟台苹果的知名度。

五大主流媒体搭建起的新型销售平台,让烟台苹果“北果南卖”有了新渠道,好似让烟台苹果有了一对无形的翅膀,让距离不再遥远,通过这座平台飞往全国各地订户的餐桌上,让更多的人能在第一时间吃到正宗地道的烟台苹果不再是梦。

了有益的探索。今后媒体及果农、专业社、经销商可以此为起点在苹果的销售模式上进行更多的有益探索,拓展更广阔的发展空间。如苹果的更新换代、错时收获、产品的深加工、销售人群的细分等方面都有很多的文章可做,在媒体的引领之下,需要更多的部门持续关注,深入研究,让果农怀里的金娃娃带来更多的收益才是最终目的。

媒体助威,挖掘更多的宣传途径。此次活动主要以栖霞一家产地供应商为主,更多的

刘岩(芝罘区)

栖霞苹果红了,齐鲁晚报联合南方四大主流媒体,推出“栖霞苹果红江南”活动,将烟台的特色水果推向全国,同时本次活动主打公益口号,以购买者的名义将红苹果基金捐给当地的贫困学校。

接地气的活动展现了媒体的社会责任感。栖霞苹果年年红,但在全国的知名度却不尽人意,尤其是近年来外省的苹果趁机潜入,使栖霞苹果的美誉受到了影响,李逵被李鬼所扰让果农

很受伤害。齐鲁晚报以媒体的公信力,为栖霞苹果销售奔走呼号,拓展了传统的销售渠道,提高了栖霞苹果的知名度,让李鬼无机可乘,打响了烟台苹果在全国市场的销售战。这种助力当地经济的做法,展示了媒体的社会责任感,值得点赞。

新颖的销售主题,拓展苹果行业发展空间。以往的苹果销售局限于你买我卖,忽视了顾客体验,在市场需求细分上功力不足。而在这次销售中,采摘游、公益牌等主题活动,为拓展苹果销售渠道及方式进行

了有益的探索。今后媒体及果农、专业社、经销商可以此为起点在苹果的销售模式上进行更多的有益探索,拓展更广阔的发展空间。如苹果的更新换代、错时收获、产品的深加工、销售人群的细分等方面都有很多的文章可做,在媒体的引领之下,需要更多的部门持续关注,深入研究,让果农怀里的金娃娃带来更多的收益才是最终目的。

媒体助威,挖掘更多的宣传途径。此次活动主要以栖霞一家产地供应商为主,更多的

果农与合作社还在传统的销售模式上奔忙。话说,好酒也怕巷子深,在信息迅捷的今天,好产品不仅需要吆喝着卖,而且还需要吆喝得好听、耐听。本次销售活动影响较前有了较大的提高,在时间上、地域上都有了极大的拓展,相关方面应从中认真总结经验,拾遗补缺,提炼出更多的好主意、好方法、好途径,推而广之,在苹果品牌的确定、特色的提炼、品质的优势、地域的特色等方面进行深入挖掘,把栖霞苹果的“好”真正做出一篇“好文章”来。