



民意调查,别买了“满意”伤了“民意”



网曝山东邹平焦桥镇孙庄村干部在群里发布消息,让村民积极接听满意度调查电话,并回答非常满意。村民提供通话记录截图与录音,可领取200元左右奖品。10月29日,山东邹平焦桥镇就网传涉孙庄村满意度调查相关视频发布情况通报称,经初步核查,孙庄村对基本公共服务群众满意度测评宣传工作认识理解有偏差,工作方式方法失当。目前已责令该村立即整改,对相关负责人通报批评。(10月29日界面新闻)

“知屋漏者在雨下,知政失者在草野。”工作满意度调查是对基层群众意见的调查,有关部门肯定想听到群众真实的意见和心声,以利于他们对民意作出正确研判,对政策措施作出科学决策,对工作作出及时改进。然而,孙庄村干部要求村民明确回答“非常满意”,并给予200元的奖励,如此“引导”甚至“利诱”群众,又有何真实性可言?无法体现出调查的真实性,也就失去调查的实际意义,甚至有可能传递错误的民意。当信息供给本身存在问题,相关工作也就难言求真务实,相关决策也就难言科学精准。

从群众角度说,“利诱”他们作“非常满意”等正面回答,是对民意的操纵,是侵犯群众的权益。在民意调查面前,群众不能依据自身体验和感受出发自内心的回答,也难以实现一个公民的表达意见、建言献策、监督公权的权利。可以说,“调查造假”折射出一些基层部门害怕群众“实话实说”。如果自己的工作作风“行得正、坐得直”,如果自己的工作成绩“看得见、可感知”,在民意调查时,何必惧怕群众说真话乃至“坏话”?说穿了,一些基层部门就是想通过“正面答案”的引诱性回答,调查出“伪民意”,给自己的政绩不彰或不作为、乱作为遮羞,对此,上级各部门不可不察。

对这种变质变味、欺上瞒下的民意调查,有关部门要对造假者加大处罚,让“以民为本”的民调更准确和稳定。 何勇海



天上掉「馅饼」 王恒/漫画

对这种变质变味、欺上瞒下的民意调查,有关部门要对造假者加大处罚,让“以民为本”的民调更准确和稳定。 何勇海

市场星报

出版单位 安徽市场星报社
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 新安传媒有限公司
印务公司
地址 合肥市望江西路505号
电话 0551-65333666

星报传媒 全媒体矩阵



市场星报官方微信



《安徽画报》微信



掌上安徽APP



市场星报官方微博



牙膏越来越贵的背后到底是什么在作祟?

“近些年的牙膏,盒子越来越大,里面牙膏管越来越小”“以前都是2.9元、3.9元多一些,现在普遍19元、29元、39元了”。最近,“10块钱以下的牙膏消失了”相关话题登上热搜,迅速引起消费者们的共鸣:牙膏还真越来越贵了。(10月31日《燕赵都市报》)

牙膏是生活必需品,但最近不少人发现,超市里卖的牙膏越来越贵。有一项调查显示,在某大型商超售卖的四五十种牙膏,价格在10~20元的占六成,20元以上的占35%,而10元以下的只有两三种。而据国家发改委发布的普通120克左右牙膏平均价格数据显示,其价格从2015年的8.38元/盒增至2021年的10.61元/盒,行业价格整体呈上涨趋势。

牙膏价格蹭蹭上涨的原因在哪呢?据专

家分析,一是,近年来,牙膏生产企业“沉迷”于产品升级,通过添加酵素、益生菌、玻尿酸、氨基酸等成分,宣扬美白、抗过敏等功效,不断迎合消费者对于牙膏功能性的需求,从而通过提高价格获取更大利润。二是牙膏市场竞争激烈,厂商的营销费用大幅上涨,于是提高牙膏售价,将成本转嫁到消费者头上。

在牙膏越来越贵的现实面前,有几个问题值得深思:一是,售价与成本是否背离?二是,是否忽视了消费者的低端需求?三是,那些功能型牙膏是否真有效?

事实上,无论是普通牙膏,还是功能型牙膏,主要成分都差不多,主要包括摩擦剂、发泡剂和芳香剂等。高价功能型牙膏只是添加了益生菌、小苏打、氨基酸、中药等成分,在短期内可以

起到一定的抗敏、美白、去渍、清火等功效,但这些成分含量低、在口腔内停留时间短,根本达不到治疗口腔疾病的效果。从国家标准看,虽然基于不同功效,有的牙膏加入了相应的成分,但从公布的数据来看,原材料生产成本相对较低。这也就意味着,牙膏价格的上涨,和成本变化关系不大。

人们生活水平提高了,消费者对健康越来越重视,追求牙膏多功能可以理解。但前提是,宣传应该真实,“功效”必须可靠。如果故弄玄虚、名不副实,让消费者“莫名其妙”地“买单”,实在是应该,也不道德。

面对牙膏越来越贵,我们不能熟视无睹。一方面,要严格牙膏监管,规范商业宣传。另一方面,要引导消费者理性、科学认知牙膏的功能,别被忽悠。 栗水



有奖征文为何变成了“自娱自乐”

针对网友质疑的“清风方城”有奖征文评选活动存在不公正问题,河南南阳市方城县“清风方城”有奖征文活动调查组10月31日凌晨发布情况说明称,经初步调查,评选环节存在问题,评选结果无效,调查处理情况将适时予以发布。(10月31日 澎湃新闻)

之所以会有这则情况说明,是因为方城县文联主办的文学艺术有奖征文活动获奖名单公布,20余篇获奖文章中,有12篇系同一作者,且这名作者系承办本次活动的《裕州心声》编辑部主编。同时,细心的网友还发现23篇获奖作品中,仅5篇文章的作者不在《裕州心声》编辑部名单之中,其余18篇均为《裕州心声》编辑部成员。

作为有奖征文评选活动的承办方之一,《裕州心声》编辑部成员几乎将奖项“包揽”,主编更是一人独揽12个奖项,引发舆论巨大质疑毫不意外。只是在嘲讽、批判之外,更有必要追问有奖征文为何变成了“自娱自乐”,获奖名额又怎么全成了“自留地”?

首先,承办方在组织征文活动过程

中的操作不规范是显而易见的。尽管征文活动是面向所有人,可作为承办方工作人员也要注意回避,避免落人以“又当裁判又当运动员”的口实。现在不仅工作人员参加评选,还拿奖拿到手软,舆论如何会不质疑?

其次,存在利益输送嫌疑。此次征文评选活动为有奖性质,这就不排除作为承办方之一的《裕州心声》为了照顾“自己人”在其中搞利益输送了。

最后,也不排除事出无奈的原因。为何如此推论,一则目前文学式微乃不争的事实,作为一项县文联主办的有奖征文活动,且奖金并不高,能产生的影响与传播面可谓相当有限,到底能征集到多少有效作品,可能要打上一个大大的问号。作为承办方的编辑部成员积极撰文投稿“救场”,以打破“粥多僧少”的尴尬,好心办了坏事也并非没有可能。

当然,无论出于何种原因,出现“有奖征文23篇获奖作品12篇为同一作者”等现象都是不正常的,期待能早日公布详细的调查及处理结果。 夏鹏飞

非常道

一个人越来越强大的迹象:说话软,办事狠,爱独处

强者往往放低姿态说软话,破局翻身办狠事,沉淀自己爱独处。1.说话软。言语强势的人,往往不懂得换位思考,既伤了别人的心,也堵了自己的路。内心强大的人,从来不以声压人。2.办事狠。所有优秀的背后,都是豁得出去的狠人。只有拼搏到无能为力,方能有机会遇见更好的自己。3.爱独处。独处是最好的增值期。独处时,可以心无旁骛,做自己喜欢的事情。真正的强者,能与孤独握手言和,在心中修篱种菊,静待花开。 @人民日报

微声音

所谓幸运,不过是做对了这4件事

1.学会与自己相处。在一个人的世界里,把自己安顿好,与自己的内心对话,感受那份自在轻盈,可以让我们发现自己真正在意的东西,找回内在的力量。2.调整心态,往前看。这世上没有跨不过去的坎儿,好好整理自己的心情,该放的放,该忘的忘,积极乐观,好运自来。3.拥有独立思考的能力。保持清醒的头脑,做出理智的选择,才能走向真正适合自己的人生。4.坚持学习,不断成长,才能给予未来无限的可能。 @新华社