



## 炒作“专供”背离了社会规范

近日有媒体报道称,江苏南京市一家餐厅宣传单上打出了所用鸡蛋“专供”等字样。对此,南京市工商管理广告处表示,商家行为涉嫌严重违法,“专供”属于广告法禁用词汇。(12月19日《新京报》)

在商家的营销套路里,“专供”不仅能够保障食品安全,还能够满足部分民众符号消费的需要,能够制造一种“高人一等”的阶层边界与身份认同。一些商家之所以迷恋“专供”炒作,因为这样不仅能够抬高商品的身价,也能够提高商品的销量,

从而让自己“荷包鼓鼓”。

和一些楼盘热衷取“洋名字”异曲同工,“专供”也想实现“换个新名头,草鸡变凤凰”。在消费社会,商品不仅具有满足衣食住行用等需求的实用功能,还具有抽象的符号功能,即社会表现和社会竞争的功能;部分人热衷利用消费上的差异来彰显自己的独树一帜,渴望“高人一等”,所消费的商品显然要与众不同。

消费那些一般人买不起、没有“门路”买不到的商品,选择那些看上去别出心裁的商品,不仅彰显了一个人经济

实力的大小,也折射出一个人的趣味、审美、格调与品位等文化资本的厚薄,甚至表明了一个人的人脉、关系、能量等社会资本的多寡。为了赢得自我认同与社会认同,一些人热衷追逐“专供”,试图以此来显示自己的成功,试图以此来满足自己的“身份焦虑”。

通过这样一套环环相扣的“组合拳”,商家一步一步解开了消费者的钱袋子。与“专供”相伴的,就是“高端群体”、“成功人士”等具有诱惑力的营销话语。迷恋符号消费,不

仅让一些消费者多花了冤枉钱,也加剧了社会风气的浮躁与功利,还造成了不正当竞争,破坏了市场秩序。这样的失范行为,显然需要纠偏。

在注意力经济时代,“看点就是卖点,注意力就是生产力”;为了吸引消费者的注意力,一些商家无中生有、夸大其词、移花接木,不择手段地进行炒作,即使引起否定性的注意也在所不惜。为了迅速进行利益变现,为了“挣快钱”“挣大钱”,少数商家使出了浑身解数,“专供”只不过是他们

用来炒作的一种工具。如果当他们发现“专供”不能帮助他们立竿见影进行牟利,就会换一个别的工具。至于所谓的“专供”到底品质如何,他们并不关心。

“专供”炒作不仅背离了社会规范,也背离了开放、平等、共享的时代浪潮。只有对不讲规则意识和边界意识的商业营销进行及时、有力地惩戒,让商家不敢“钻空子”,故弄玄虚的“专供”炒作才会越来越少。

■燕赵



华夏全媒体  
主管主办  
华夏日报社出版  
国际标准刊号  
ISSN2521-0289

### 编委会

李克炎 江单 张华  
勇 邱亮 陶沙 黄  
浩 李增勇 龚德贤  
姜义华

顾问 | 方智平  
社长 | 李克炎  
总编辑 | 江单  
执行总编辑 | 张华  
勇  
常务副总编辑 | 邱  
亮  
常务副社长 | 陶沙  
执行社长 | 黄浩  
副总编辑 | 李增勇  
龚德贤 姜义华 楚  
粤君  
视觉总监 | 古风

### 新闻中心

主任 | 方成成  
经济新闻中心主任 | 刘中卫  
编辑中心  
主任 | 龚德贤(兼)  
新闻影像中心  
主任 | 巢砥平  
美洲新闻中心  
主任 | 黄浩(兼)

### 新闻爆料

全球  
00852-31106831  
中国大陆  
010-61057773  
24小时新闻热线  
185 1382 0014

### 邮箱爆料

huaxiazaobao@126.com

### 官方网站

www.huaxiazaobao.net

## 学生倒奶 小问题大问题都要关注

“湖南邵阳隆回县某小学学生把营养餐奶倒入水沟”的一段视频引起广泛关注。涉事学校湖南隆回县罗洪中心小学相关负责人称:学生营养餐由县里统一配送,统一时间食用。学生倒掉餐奶确有其事,原因是天气太冷,有学生喝不完,怕过期才倒掉。

从视频来看,学校那个水沟里全是白色的牛奶,真是让人心疼。目前,官方回应是这样的:学生奶为免费提供,因为有些孩子把牛奶放在书包里过期了才喝,所以老师要求在校食用,不得带回家,结果有的孩子因为牛奶较凉喝不完,就将其倒掉。

这样看来,此事的

发生应该是管理衔接上的“小问题”——老师不该“简单粗暴”地告诉孩子不能把牛奶带回家,而是应该教他们学会看食品的保质期,让他们明白食用过期牛奶的危害。这样的话,怕牛奶凉不想喝的孩子就可以放学后把奶带回家加热后饮用。

关于学生牛奶,还应注意其他问题。

此前有媒体报道,早在2016年,就有学生家长通过红网“问政湖南”平台反映,给学校供奶的湘蜜乳业没有供奶资质,却垄断隆回县300多所学校学生奶的供应。文中说,孩子们反映“湘蜜”学生奶不好喝,所以就给倒掉了。

根据《国家“学生

饮用奶计划”推广管理办法》,中国奶业协会对符合本办法规定的申请生产学生饮用奶的企业,许可其使用中国学生饮用奶标志,签订许可使用合同并予以公告;未经中国奶业协会许可,任何单位和个人无权使用中国学生饮用奶标志。

在引发争议的湖南湘蜜乳业有限公司官网可以看到,他们声称自己是“湘中南唯一国家学生奶定点生产企业”。

在“中国学生饮用奶计划网”则可以看到,中国奶业协会按照行政区划公示了全国各地的注册企业,不但包括企业名称、注册文号,还有有效期限。点击企业名称,还会出现企业的简介。相关记录中,北

京的注册企业有两家,全都是市场知名品牌;湖南的一共有四家,其中却无“湖南湘蜜乳业有限公司”。

这四家中,湖南南山牧业有限公司和湘蜜一样,也在邵阳,点击后可以看到其官方介绍为:湖南省唯一一家通过有机奶源认证的乳制品生产企业……成为湖南省政府、邵阳市各级政府、事业单位对外接待的第一选择;此外,有超过40万中小学生学习“南山草原”牌学生牛奶。

这样看来,“湘蜜”官网说自己是“湘中南唯一国家学生奶定点生产企业”,肯定不靠谱。至于说话不靠谱之外,牛奶是否靠谱,显然还

需要权威部门进一步展开调查。

虽说免费,但学生奶不是天上掉下来的,如果家长没花钱,就是财政花了钱、纳税人花了钱,不好喝甚至不靠谱的奶给孩子喝,孩子又倒掉,这显然有违“学生饮用奶计划”的初衷。

俗话说“再穷不能穷孩子”,除了查清此事原委,倘若以后那些高端品牌以“优异品质和绝佳口感”,成为学生奶“第一选择”,而不再是“对外接待的第一选择”,那么家长们肯定会额手相庆,而不再是上网发帖。

■法晚

## 生产日期“易除抹”不是个小问题

江苏省消保委日前发布预包装食品生产日期“易除抹、易脱落”问题体验调查报告。调查显示,粮油、饮料、零食、酱调等领域都发现生产日期“易除抹、易脱落”问题。存在生产日期“易除抹”问题的占样本总量的83.6%,主要存在于塑料包装食品上。进口预包装食品也存在此类问题。超市自主品牌食品的这一问题的较为严重。(12月18日《扬子晚报》)

就在这几天,一家老字号陷入“过期蜂蜜”的舆论漩涡,由此引发人们对食品生产日期的再次热议。江苏省消保委发布的预包装食品生产日期“易除抹、易脱落”问题的报告,自然

也备受网友关注,何况是八成预包装食品的生产日期“易除抹”呢?《预包装食品标签通则》早就规定,预包装食品的生产日期应“清晰、醒目、持久”。八成预包装食品的生产日期“易除抹、易脱落”则说明,不少预包装食品生产日期的标注并没有达到“持久”的要求。

这个问题是小问题吗?显然不是。生产日期是食品成为产品的日期,它承载着食品保质期等重要信息。即便生产日期标注做到了相关规定中的“应使消费者购买时易于辨认和识读”,但消费者在使用过期中,一不小心除抹掉了生产日期,或者生产日期自行脱落,又如

何分辨食品是否过了保质期?笔者在生活中就常有这类困惑,比如一桶食用油、一袋面粉使用或放置一段时间后,突然发现没生产日期了,又忘记了购买时间,是否过了保质期,只能靠猜测。

需要指出的是,食品生产日期“易除抹”,给惯于篡改生产日期、售卖过期食品的不法商家提供了天赐良机。食品生产日期标注分为激光打印、喷码打印、钢印。对于喷码印刷的生产日期,江苏省消保委体验人员拿酒精棉片轻轻一擦,就擦得干干净净;而简易喷码机在网上只要几十元就可买到。而标注于瓶盖或塑料薄膜上的生产日期只需经

轻轻一拧或手撕,就很容易更换——某电商平台出售的塑料瓶盖、塑料封膜每个不足0.1元。

食品生产日期“易除抹”不是个小问题,关系到消费者的舌尖安全与生命健康,关系到市场秩序。这些年,对危害消费者健康、扰乱市场秩序的篡改食品生产日期行为,相关部门不断打击,为何打而不绝?原因多多,但恐怕也与生产日期“易除抹、易脱落”不无关系。“食品安全法”明确规定,禁止生产经营标注虚假生产日期、保质期或者超过保质期的食品、食品添加剂。然而,一个生产日期“易除抹、易脱落”的问题,就可将这条严

规化为无形。现在到了重视此问题的的时候了。据报道,在最新修订的《食品安全国家标准预包装食品标签通则》(征求意见稿)中,有“应清晰、醒目、持久……不应与食品或其包装物(容器)分离”之条款,江苏省消保委建议增加“不易被除抹”的条文,为行政执法提供办案依据。这当然是必要的。另外,还要倡导厂家尽可能采用激光打印、钢印等标注生产日期,少用易除抹的喷码打印,同时,尽量杜绝标注于瓶盖或塑料薄膜上。要知道,生产日期不牢固,就有造假可能。

■燕赵