

→ 察者看台

别因失信促销砸口碑

■王 航

换。不管是可口可乐官方兑换流程和操作设置有问题,还是下游经销商没能配合到位,难以兑换的“再来一瓶”,都无法让人看到商家营销活动的诚意和诚信。

揭盖有奖是饮料企业夏日促销的主要手段之一。“再来一瓶”的营销策略既可以培养消费者的品牌好感度,增加用户黏性,又可以帮助企业提升市场占有率,可谓一举多得。然而不得不说的是,眼下不少企业的营销策略却逐步沦为了营销套路。

拧开饮料看到“再来一瓶”后去兑换的惊喜与乐趣,估计很多消费者都印象深刻。然而,不知道从什么时候起,瓶盖上的“再来一瓶”却被二维码替代,本应简简单单的兑换却变成了消费者需要扫码关注后再查看获奖信息。就比如此次可口可乐“开盖扫码,再赢两瓶”的促销活动,就需要消费者扫码进入“可口可乐+”微信小程序,然后微信授权绑定账户,再参与抽奖。至于第二瓶,还需要分享链接给好友领取。

操作步骤繁琐复杂,中奖之后却

难以兑换。也别说消费者瞎折腾,既然白纸黑字注明了活动规则,哪怕是1毛钱,消费者都有拿到的权利,商家都有兑换的义务。开门做生意,最基本的应该做到以诚待人、以信服人。先是利用揭盖有奖的策略吸引消费者,又对兑换环节毫不在意,是变相给用户添堵。

面对“再来一瓶”难兑换的情况,消费者也千万别抱着吃个哑巴亏的心理妥协了事。要知道,兑奖难不仅仅是道德失信,更涉嫌违反法律。因此,消费者不妨积极向消费者协会和工商管理部门投诉,用积极维权捍卫自己的合法权益。只有消费者敢于维权、勇于维权,才能让失信商家寸步难行。

对于企业而言,既然想要通过有奖营销赢取更大市场份额,就不妨在规则制定之初,就通盘考虑好后续的兑奖机制和兑奖渠道,用信守承诺赢得消费者。“再来一瓶”难兑换,看似赚取了蝇头小利,实际上却砸了企业好不容易积攒起来的信誉和口碑。



7月2日,据媒体报道,四川德阳的杨先生购买可口可乐中了“再来一瓶”,但前往官方指定的线下店铺兑奖时却发现,包括罗森便利店在内的5家兑奖点都不接受兑换。商家要么表示不知道如何兑换,要么表示目前还没有兑换的商品。对此,可口可乐中国表示,关于消费者在兑换时遇到的问题,已在采取行动,并持续改进活动执行环节,加强与各线下兑换渠道的沟通。

一瓶小小的可乐,却折腾得消费者反反复复跑了5家店铺,都难以兑

→ 新闻漫话

别被“过来人”的说教遮了眼

■龙敏飞

所谓的“天坑”专业正名,呼吁“高等教育不是教我们谋生,而是教我们创造生活。”

毕业季来了,无论是互联网上还是现实生活中,各种“爹味”“妈味”建议甚为喧嚣。什么专业不能选,什么专业很“坑”,什么专业累死人不偿命,什么专业性价比太低……不少人都以“过来人”的身份指指点点,不少专业都沦为“天坑”专业。不是每个人都具备“独立之思想,自由之灵魂”,缘于此,一些“天坑”专业的导师,也未能招到足额的学生。这样的现实,负面影响不小,必须引起高度重视。

一个无需重申的常识是,这个世界上并没有真正意义上的“天坑”专业,只有真正意义上“坑人”的人。一

些专业如今看似冷门,看似收入不甚理想,但风水轮流转的道理,还是非常适用的。更何况,一些所谓的热门专业,往往也会因为人才的过度集中而导致竞争激烈,很多人因此不得不被迫转型。置于这般现实语境下,我们便大抵可知,在专业选择上保持自己的独立思考,这应该成为社会共识。

近日热播的短片《成为》,其就通过10位来自不同专业的年轻人来讲述一些自信的选择:世界需要纸和笔,也需要手术刀和麻醉针。需要螺丝钉,也需要螺蛳粉……世界需要热门专业,也需要冷门专业。只有把选择权交给孩子,鼓励他们坚持自己的坚持,喜爱自己的喜爱,那才是一个“人生无悔”的选择生。



又到了高考志愿填报季,如往年一样,热门专业建议、避坑指南等充斥网络。比如,“生化环材四大坑,最惨当属地海农”;再如,“小语种费力不讨好,半夜背法条要人命”。对此,武汉大学邓红兵教授公开发文,为

→ 有话就说

用法律封堵风险点

■余 平

过了《中华人民共和国数据安全法》。其立法初衷即规范数据处理活动,保障数据安全,促进数据开发利用,保护个人、组织的合法权益,维护国家主权、安全和发展利益。从中不难发现,维护数据安全是大势所趋,势在必行,也是维护国家利益、公民权益的基础工程。对数据安全的捍卫,只会加强不会弱化。

在这之前,为确保关键信息基础设施供应链安全,维护国家安全,国家网信办、公安部、国家安全部、国家保密局等部委还依据《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国网络安

全法》制定了《网络安全审查办法》。网络安全审查办公室此次对相关企业的启动网络安全审查,具体依据就是《网络安全审查办法》。

老老实实在法律行事,认认真真对照法律纠偏,这是摆在有关企业面前不容讨价还价的法律责任。但是现实中一些企业并未严格遵守法律规定,备受诟病,难免会引发用户担忧和不满。

没问题的不用怕,有问题的跑不了。真正敬畏法律,呵护用户利益,维护公共利益,企业才能迎来发展的春天。

世相浅见

1.据报道,暑假期间,北京市基础教育系统推进“我为群众办实事”实践活动,组织面向小学一年级至五年级学生的托管服务。各区教委根据实际情况,计划以街道、乡镇为单位确定托管服务承办学校,学生以就近的原则参加托管服务。托管服务内容包括提供学习场所,开放图书馆、阅览室,有组织地开展体育活动等。

点评:为了让孩子过上一个快乐而又充实的暑假,现在,政府、社区、学校一起合作,对接需求,盘活闲置资源。这样把学校场地校舍利用起来,收取适当费用(困难家庭免费),公共服务由此在教育领域更为深入,且既节省资源,又能达到较高效率。托管以学校为主,既能发挥场地、设施、师资的优势,也更有利于小学生的健康成长。政府出面牵头,以公共服务解决众多家长的后顾之忧,无疑是深得民心的多赢之举。

2.近日,在华中农业大学2021年毕业典礼上,食堂餐饮服务员李倩受邀发言。她寄语毕业生,无论做什么都要脚踏实地,工作再忙也要记得好好吃饭。近年来,高校邀请校内一线普通劳动者,如厨师、保安、宿管阿姨等作为嘉宾参加毕业典礼,已不再是新闻,还有高校组织毕业生向这些劳动者鞠躬致敬的。日前,内蒙古工业大学毕业典礼,学校邀请一线教职员工走红毯入场,为优秀毕业生颁发证书。

点评:事业的成功离不开所有人的共同努力,职业本无高低之分,让学生懂得尊重任何形式的劳动,让劳动者感到自己的劳动所值,使各方都深受启迪。可见,邀请食堂服务员等一线劳动者参加毕业典礼并发言,使各方都受益。这绝非为劳动者“私人定制”一次待遇那么简单,而是体现了校方在毕业典礼上践行人文教育理念,并将其付诸于行动的暖心之举。这是育人进步,得到社会舆论的一致好评,都属于情理与预料之中。

3.据报道,宁波市海曙区盛世华城小区近日正式启用新装的31个高清摄像头,用于监测高空抛物。这些摄像头只拍外墙、不会涉及居民隐私,一旦住户打开窗户就会被捕捉到并发出预警,若有高空抛物的行为,能记录轨迹,方便溯源。

点评:一个住宅小区,只有安装了众多摄像头才能防止高空抛物,还是令人感到唏嘘。虽然以这种方式可有效防止高空抛物行为,但给人的感觉不仅成本巨大、有碍观瞻,也不具推广性。其实,防范高空抛物,无论是靠多安装摄像头还是靠法律惩罚,都将耗费巨大的社会成本。给人的感觉并不美好,更恰恰说明不文明行为泛滥才出此下策。因此,还是要从培养人们的道德素养和法制观念做起。只有每个人从内心认识到高空抛物是不齿行为、涉嫌犯罪行为,才能减少乃至杜绝高空抛物行为的发生。(综合新华网、人民网)

→ 今日论坛

植根文化沃土 绽放创新活力

■管璇悦

拿起精巧的洛阳铲,拆开热销的文物盲盒“挖土”;社交平台上,传统文化类节目和视频屡屡刷屏;每到节假日,“打卡”博物馆成为热潮;重大考古发现揭晓,引发全民围观……今天的我们,与中华优秀传统文化的相遇愈发频繁。创造性转化、创新性发展,中华优秀传统文化在日益融入日常生活的同时,也给人们带来层出不穷的惊喜。

惊喜源于供给侧的“更新”,越来越多人专注于对中华优秀传统文化的匠心演绎和创新呈现。不久前,一段水下中国舞圈粉无数。这个收获一致好评的节目,背后饱含着各种不易:工作人员在水下泡了26个小时、一天出水入水200次,舞者身上需要带几公斤的配重……正是创意的出彩、样式的多彩、科技的添彩,让沉淀的历史记忆,演绎为可感可知的时代风采,收获更多人的热爱和尊重。

惊喜也来自需求侧的“迭代”,公众逐渐萌生对中华优秀传统文化的巨大热情和不断提升审美素养。近年来,从文物斗图大赛到文物雪糕打卡,从三星堆新发现的围观探讨到文创产品的走俏市场,传统文化持续攀升的热度,折射的是公众越来越广泛的参与度。现如今,中华优秀传统文化有各种各样的打开方式,只要心有所向,定能寻得亲近之道,领略传统之美。

当然,节目火了、人气高了、产品畅销了,并不意味着要一拥而上、千篇一律。中华优秀传统文化取之不尽、用之不竭,开掘历经千年的旋律、故事、姿态、卷轴等,进行各自精彩的书写,才能展现传统文化的感染力,才能真正实现创造性转化、创新性发展。