

民生视角 即将开学

文具过度“玩具化” 孩子欢喜家长忧

“太空探险”“水果世界”,乍看名字高大上,实际是一个个橡皮礼包;封皮嵌上海绵材质奥特曼、小粉猪等卡通形象,普通笔记本成了一个减压本……随着中小学开学季到来,文具店里又热闹了。笔者走访西安多家文具店发现,为了吸引孩子们购买,不少文具设计得更像是各种玩具。专家表示,文具过度玩具化不利于孩子专注力的养成,家长们应该引导孩子购买。



减压笔 创意橡皮

调查 种类繁多挑花眼 家长态度不一

临近开学,“减压系”文具成为开学季的“爆款文具”。减压笔的笔杆和普通中性笔无异,但笔帽做成了卡通人物、动物、植物等造型,捏上去软软的,以此达到“减压”的目的。橡皮、削笔刀也玩出了新花样。“侏罗纪乐园”“太空探险”“水果世界”等主题套装让人眼花缭乱,叮当猫、超人、小黄人等造型各异的削笔刀让孩子们挑花了眼。此外,早些年就流行的转转笔,能开成游戏人物手办的文具盲盒、盲袋也是学生喜欢的热门商品。

让孩子分心。玩具类的文具不仅会影响孩子学习,还容易让孩子形成攀比的习惯,出现消费成瘾。此外,这类文具的安全隐患也值得关注。郑淑香表示,有的文具具有低俗化的倾向,披着儿童文具、个性化元素的外壳,却隐含暴力、血腥、色情内核。

“玩具化”诱惑多 家长须把关选择 王晓勇表示,让孩子们正确认识和看待自己手里的各种文具,是他们学习和成长道路上的重要一课。他建议,家长可以和孩子沟通好每个月的零花钱标准,明确哪些可以买、哪些不可以买,在孩子每月消费时进行全程监督。就学校而言,最重要的是管理好学生的文具使用行为,比如可以采取“玩具化文具”不许带进学校等措施。

分析 弱化文具功能 分散孩子注意力

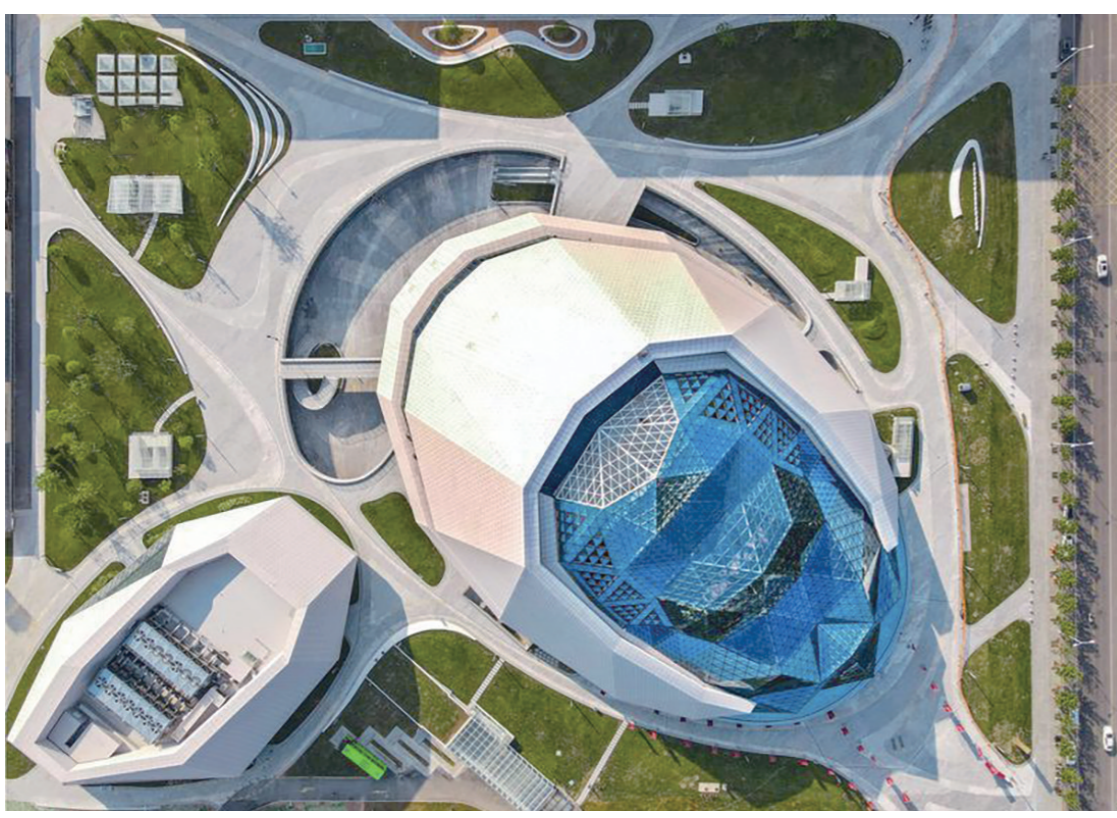
“为吸引儿童购买,市面上不少文具产品附加趣味性装饰品,既是文具,又是玩具,已经模糊了玩具和文具的界限,可以称之为‘玩具化文具’。”陕西省社科院热点问题专家王晓勇认为,“玩具化文具”很可能导致学生在使用过程中,把文具彻底当成玩具,这也是老师和家长最为忧心的事。“把文具做得像玩具,是弱化了文具自身的学习功能,并非寓教于乐,也并非个性化、创造性。”

庆安小学原校长郑淑香表示,一个人的注意力是有限的,文具的功能过分花哨,容易

调查 种类繁多挑花眼 家长态度不一

“文具已经不仅仅是学习辅助工具,还成为一种‘交友工具’,有时候真不知道给孩子买这些花里胡哨的文具,会不会适得其反?”市民黄先生对此很困惑。上学期,他给孩子花80多元钱买了一套“植物大战僵尸”橡皮,孩子到学校去和同学交换了“太空战士”等造型橡皮。

刘女士表示,她曾给孩子买过一款“高科技”电动文具套装,至今后悔不已。“有时候明明没有写错字,孩子也要在那边故意蹭来蹭



“灞上明珠”初现璀璨

近日,具有“灞上明珠”之称的西安浐灞丝路国际文化艺术中心项目正式完工。该中心主要由大剧院、多功能厅、活动中心和美术馆组成。整组建筑虚实与实、曲与直相结合,将艺术、人文、休闲的气息和活泼灵动的城市表情融合在一起,成为市民群众“家门口”的文化艺术活动中心。王健 摄

直言

扫描屏幕上的二维码,输入手机号后四位,柜门弹开,就能取出一份外卖餐食。如今,在一些写字楼、高校、医院等人员密集、就餐时间集中的场所,出现了外卖取餐柜,并且部分取餐柜已开启收费模式,即骑手每单需支付0.3元至0.6元不等的“存入费”。设立取餐柜,优点显而易见。首先利好的就是外卖骑手,能有效提升配送效率。对顾客而言,可避免餐品丢失。特别是在疫情防控背景下,自助取餐能降低人群聚集带来的感染风险。去年,国务院还将智能投递设施等纳入城乡公共基础设施规划建设范畴,旨在促进生活性服务业发展。不过,便利之下有隐忧。骑手支付的存入费用、取餐柜的生产成本及运维费用,如果转嫁到消费者身上,每餐配送费或将更高。此外,当取餐柜变得越来越多,外卖的入户率和便利性可能会降低,以后外卖骑

畅通外卖最后一百米

手还会上门送餐吗?要解决消费者担忧的问题,就要尽快完善并细化外卖取餐柜的使用及收费标准。比如餐柜运营商家应明确告知用户收费标准,是仅针对骑手的“单向收费”,还是面向骑手和消费者的“双向收费”,监管部门也要对此做好监督。由于外卖餐食的保质期很短,取餐柜的“翻台率”相比于普通快递柜要更高。因此,如何界定存放时间并据此收取保管费,还需仔细考量。另外,取餐柜方便骑手的同时,也确实增加了消费者的取餐距离,运营者可考虑采取优惠配送费用等方式,引导其适应无接触的配送方式。无论取餐柜还是快递柜,都应该遵循最基本的原则:使用之前需征得消费者同意,尊重消费者的知情权与选择权。柜子里装的是商品,承载的却是人们对更好消费体验、更美生活的期待。通过市场无形之手与政府有形之手,不断完善并细化智能投递设施的规则,畅通快递、外卖的最后100米,才能更好服务消费者与配送人员,提升智能投递柜的用户体验。(郎竞宁)

9月10日我省各地将为教师“亮灯”

本报讯(郭妍)省教育厅日前发出《关于做好2022年教师节庆祝活动的通知》,要求坚持隆重、简朴、务实原则,精心组织庆祝活动。9月10日是我国第38个教师节。今年教师节的主题是“迎接党的二十大,培根铸魂育新人”。九月为尊师主题月,各级教育部门和各高校要加强尊师文化建设,全方位展示教师在教书育人日常工作及抗击疫情等重大活动中的先进事迹。大力表彰优秀教师典型,广泛宣传 and 全面展现新时代陕西广大教师良好形象。各级教育部门和各高校要积极配合有关部门,于9月10日19时至21时30分开展“为教师亮灯”公益活动,在省市、县(区)和高校相关地标性建筑上为教师“亮灯”。教师节前,各地各校要深入基层开展慰问优秀教师活动,精心组织庆祝活动。要结合当前疫

情防控要求,切实避免形式主义、铺张浪费,提升教师获得感幸福感。各级教育部门和各高校要持续推进《陕西省师德师风建设三年行动计划(2021—2023年)》,对师德师风方面突出问题开展专项治理。积极推进基础教育教师学历提升计划,抓好新时代基础教育强师计划落地实施,实施好公费师范生培养和“优师计划”“国培计划”“特岗计划”等重要教师专项,吸引师范类硕士、博士等进入教师队伍。推进实施师范教育协同提质计划,加强教师教育体系建设。完善教师工资待遇保障机制,做好全省义务教育阶段乡村教师生活补助全覆盖工作,适当提高生活补助标准,按规定将符合条件的教师纳入当地住房保障范围。优化教师资源配置,多措并举稳步推进教师“县管校聘”管理改革,推进教师考核评价改革,进一步激发教师工作活力。

新闻直通车

发改委自9月起将投放政府猪肉储备

新华社北京8月29日电 国家发展改革委29日称,今后一段时间,将迎来中秋、国庆、元旦、春节等多个重要节日。为保障节假日期间猪肉市场供应,国家发展改革委将会同有关部门自9月份开始分批投放政府猪肉储备,并指导地方联

动投放储备。与此同时,国家发改委将持续密切关注市场动态,维护市场正常秩序。建议养殖户(场)合理安排生产经营,保持正常出栏节奏;相关企业有序释放猪肉商业库存,增加市场供应。

教育部部署第5个近视防控宣传教育月活动

央广网北京8月29日消息 教育部办公厅日前印发通知,决定开展第5个近视防控宣传月。据悉,活动包括开展科学用眼护眼健康宣传教育、加强近视防控培训交流、发挥家庭近视防控关键作用、落实近视防控常态措施4项内容。

通知提出,各地要指导学校进一步强化中小学生手机、作业、睡眠、读物、体质五项管理,改善视觉环境。鼓励学生节假日走出教室活动、远眺,保障学生每天校内、校外各1个小时体育活动时间。鼓励学校在家长委员会中明确家长代表的近视防控职责。

西安严厉打击就业歧视新冠康复者行为

本报讯(肖琳)日前,西安市人社局和西安市卫健委联合发布通知,要求严厉打击对新冠肺炎康复者的就业歧视行为,要求用人单位务必遵守“四个严禁”。投诉举报电话为12333。“四个严禁”内容包括:严禁用人单位发布或委托发布含有新冠肺炎病毒核酸检测历史阳性等歧视性内容的招聘

信息;严禁用人单位、人力资源服务机构以曾经新冠肺炎病毒核酸检测阳性为由,拒绝招(聘)用新冠肺炎康复者;严禁用人单位在劳动者入职和用工过程中对新冠肺炎康复者实施就业歧视;严禁用人单位随意违法辞退、解聘新冠康复者。

企业快讯

东庄水利:安全生产标准化达标评审通过初审

本报讯(记者 田丁辉)8月25日,省水利厅组织召开评审工作会议,对东庄水利公司安全生产标准化创建情况进行评审。会上简要汇报了该公司安全生产标准化创建

工作情况。随后,专家组查阅了安全生产标准化创建过程资料,通报存在问题,提出整改建议,并最终形成初审意见,专家组一致同意推荐上报公司申请水利部水利安全生产标准化一级评审。

西安咸阳机场:“近零能耗建筑”落户三期扩建工程

本报讯(贾博川)近日,西安咸阳机场物流业务配套用房项目办公楼及驻勤宿舍,获得中国建筑节能协会颁发的“近零能耗建筑”证书,成为集团首个“近零能耗建筑”实践项目。

该项目位于西安咸阳国际机场西航站区门户位置,是三期扩建工程的一部分。项目通过地源热泵、光伏及高标准围护结构设计,达到“近零能耗”技术指标要求。

宝鸡华海公司:敞顶箱发运煤炭488万吨

本报讯(马增钢)截至8月25日,宝鸡华海公司敞顶箱累计发运煤炭488万吨,运量完成公司全年任务的97%,为陕煤集团非电煤保供运输提供有力保障。

据悉,宝鸡华海公司积极购入1500组自备敞顶箱,大力推进运输结构调整,做强多式联运,做大铁路运量,形成稳定的“点对点”运输,有力推进货物运输“散改集”。

西咸交建公司:成立后实现首次中标

本报讯(李涛)8月26日,陕西交控集团所属的西咸交建建设有限公司牵头中标2022年西咸新区南片区普通公路日常养护巡查、小修保养和应急等项目。

该项目是西咸交建公司成立以来中标的首个项目,工期2年,主要包括西咸新区沣东、沣西新城范围内普通公路及其附属设施的巡查养护工作,以及防汛、防滑保畅、应急、抢险等工作。

陕建十一建:为大学新生发放助学金

本报讯(石益坚)近日,陕建十一建集团团委联合共青团咸阳市委在乾县、武功、旬邑等县开展爱心助学金发放活动,登门入户为受助的30名大学新生送去助学金。同时,该公司工会还为考人

大学的9名职工子女送上“扶贫帮困基金”。据悉,公司已连年累计为57名职工子女、184名区县优秀学子送上近50万元爱心善款,让企业发展成果惠及职工。

相同的货源,商家却在图片展示、产品故事等方面“下功夫”

同类产品换个标签价格就翻倍

同一类型、同一尺寸、同一材质的餐盘,加上“网红爆款”“牛排盘”等标签,标价就翻倍;同样是保温箱,“轻奢”“复古”“商务风”的产品总是卖得更贵……近日,不少消费者吐槽在购物过程中发现的商品标签猫腻。

品介绍的保温效果是一样的,明显的区别在于前者主推“复古”“露营”“轻奢”等概念,后者则仅仅写着“长效保温”“冷藏便携”。在刘女士向记者展示的产品页面中,许多商品都有4个左右标签,有的甚至高达七八个高频标签,以此来保证尽可能出现在消费者的搜索结果中。

商品贴上各种标签

标签溢价高达数倍

近日,正忙着给房屋翻修的市民刘女士,准备在电商平台选购新餐具。通过“餐盘”搜索页面,她看中了一款标价为22.9元的8英寸瓷质平底餐盘。由于店内没有刘女士喜欢的颜色,她再次使用图片搜索功能寻找类似的产品。经过一番搜索后,刘女士发现,同样款式的8英寸瓷质平底餐盘在其他店内售价为9.9元,差价达10多元,且发货地均是广东潮州,这让她有些不解。经朋友小李提醒,刘女士对两款餐盘页面内容进行反复比对发现,材质、尺寸都相同,只是售价更高的被贴上“高颜值”“网红爆款”等标签,而售价低的则主推“简约风”“早餐盘”等概念。据刘女士介绍,小李是在购买保温箱时遭遇了同样的套路,才会进行此番提醒。数月前,小李想购买一个13升的保温箱。“同样是13升的保温箱,产品A的售价为238元,产品B的售价才不到70元。”刘女士说,两款产

品介绍的保温效果是一样的,明显的区别在于前者主推“复古”“露营”“轻奢”等概念,后者则仅仅写着“长效保温”“冷藏便携”。在刘女士向记者展示的产品页面中,许多商品都有4个左右标签,有的甚至高达七八个高频标签,以此来保证尽可能出现在消费者的搜索结果中。同类产品在打上某些类型的标签后,身价就能实现翻倍。笔者在多个平台搜索发现,这样的案例不在少数。在聚集了30多万用户的某网络小组中,许多网友都曾发帖寻找某些产品的平价替代品,同时对商家通过标签抬价的手段进行吐槽。根据网友发布的内容,“法式”“氛围感”等成为服饰领域抬价关键词,“轻奢”“女用”等则是日用品惯用的溢价标签。对此,互联网营销师夏仪珍分析认为,帮助实现商品溢价的标签,包括功能、用途、风格、场景等多个方面。他表示,通过打上某些标签,日用品的溢价能达到2至3倍,文玩珠宝等甚至能达到5至10倍的溢价。通过观察产品营销案例,夏仪珍发现,消费者在搜索时会下意识从自己最直观的需求出发。例如,通勤场合或商务场合使用的商品,在不知道如何购买时,会倾向于带上“通勤”“商务”等标签。上海财经大学电子商务研究所执行所长崔丽丽认为,通过商品标签实现溢价属于营

销方式的一种,而且往往强调功能性表现词汇的商品偏平价,强调产品功能以外的氛围、观感、体验等相关内容词汇的价格会更高。谨防买产品成为买标签 用来实现产品精细分类的标签,成为商品溢价的关键词。夏仪珍分析认为,出现这种营销现状的很大部分原因在于,许多网店商家并不直接负责生产,而是一个推销商品的卖货渠道。他说:“大家拿的是同一个货源,想要卖出更多商品就要在营销上‘下功夫’,包括精准定位的标签、图片展示和产品故事等,那么卖产品就成为买标签。”夏仪珍表示,对电商平台而言,这样的做法并未被排斥。“一方面,标签化营销属于商家的营销定位和策略,很难被平台筛选排查;另一方面,能吸引更多更高频的消费,平台的流量增加,某些平台的抽成和佣金等就更多,也不会排斥这样的做法。”他说。近年来,通过标签抬价的营销手段逐渐被越来越多的消费者曝光,并衍生出一些“反制”手段。在某社交平台上,许多博主开始教用户如何搜索来避开溢价关键词。例如,“化妆品收纳”改为搜索“桌面收纳”,“化妆台刷”改为搜索“笔筒”,“工装马甲”改为搜索“老头马甲”等。对此,夏仪珍也提醒消费者,在搜索商品时要避开精细化分类关键词,善用图片搜索、价格排序等功能,尽可能充分地对比结果页面的各项产品进行细节对比。(刘小燕)