

巩固创文 公益宣传

人人都是文明创建参与者

个个都是文明创建主力军



中共儋州市委宣传部
儋州市“一创两建”工作指挥部 宣
儋州市新闻中心

空包外卖“传染”多个品牌,是对商业伦理和社会诚信的双重伤害

近日,游戏圈21岁代练“胖猫”去世一事引发关注。众多网友通过外卖平台购买奶茶、汉堡等物品祭奠,然而有网友却发现其中出现大量空包和白水冒充的奶茶。

点外卖表达哀悼和同情,是否可取得讨论。事实上,“胖猫”姐姐已通过直播间呼吁网友不要再往事发大桥送外卖。但一码归一码,网友点外卖所花的钱是实打实的,这些空包外卖却主打一个欺骗感情,让人如何接受?往小了说是不诚信,往大了说是违背商业伦理、伤害社会诚信,可以说创造了一个非常恶劣的“先例”。

迫于舆论压力,事后多家涉事品牌作出回应。5月3日,茶百道、蜜雪冰城、华莱士、牛约堡、朱小螺、螺粉5家品牌陆续致歉。相关品牌表示查实旗下门店因订单激增以及误听传言,曾送出数十个空包外卖,对此道歉,并分别对涉事门店作出闭店解约、停业整改等处罚。有的还对涉

及的订单全部退款,并给予10倍金额补偿;也有宣布开除涉事员工的;还有以“胖猫”名义捐款100万元关爱基金的。

相关举措不能说没有力度和诚意,但值得注意的是,不少涉事品牌在道歉声明中依然避重就轻、推卸责任,例如指出是因订单骤至、人手不足,这不仅暴露了品牌管理的深层次问题,还显示出某些品牌是非观和经营理念。就因其他品牌存在空包行为,就能说明自己的空包行为是正当的、体面的?而当你这个品牌开始投放空包时,别人何尝不会以你为例、给自己的无耻行为找借口?现在看来,这种集体性投放空包行为,很难说没有相互观望、趁机跟风的因素。

换言之,“听信取餐者说其他品牌都是空包”之论,有引发“别人做坏事我就可以做坏事”的羊群效应的极大可能,这相当可怕。假如没有网友留心发现,使得空包外卖被揭穿,形成一波舆情,就有可能有其他品牌跟进,玩起“空包游戏”,造成更严重的后果。

“别人做坏事我就可以做坏事”,打着的是“我是被带坏”的潜台词,殊不知,这种价值观同样卑劣。应该说,起初发空包带有侥幸心理,因为在某些门店看来,既然是收单者永远都不会打开食用的外卖,那么里面有没有货品,又有谁会发现?但随着空包演变为一种“流行性病毒”,令一家接一家品牌中招,始作俑者开始主动地进入忽悠状态,并享受起空包带来的巨大利益。显然,大量空包外卖的出现,标志着此事件已经不只是偶然,这意味着品牌商家的商业伦理塌方,它们共同突破底线,挑战世道人心。

必须警惕的是,这种“别人做坏事我

就可以做坏事”的心理,并不仅限于此。在一些食品安全事件中,同样可以看到这种心理“传输带”的存在:反正又不是我一个人在干,做点坏事又何妨?

面对丑陋行为,不是断然喝止、拒绝跟风,而是群起效仿、从乱象中分一杯羹,这个局面令人愤慨和悲哀。如果某些品牌到现在还没有真正吸取教训,还在拿别人的不文明行为当自己的挡箭牌,那么,道歉有何用?赔偿有何用?须知,公众最希望的是,一个品牌任何时候都能经得起“考验”,任何时候都不会背叛消费者。

诚信经营是最基本的商业伦理,过去常言童叟无欺,就是这个道理。没有诚信,就没有人与人的彼此信任,会极大地增加社会的交易成本。人人诚信,社会效益;诚信社会,人人受益。(据齐鲁壹点)

创文进行时
诚信理念宣传

母乳喂养九大必备知识

(接上期)注意哺乳时母婴采取舒适的体位;婴儿身体贴近母亲,头和身体保持一条直线(不扭曲);将母亲乳房的大部分乳晕含在口中,婴儿下颌紧贴乳房。

八、判断婴儿是否吃到足够母乳是新手妈妈必备的技能。体重变化和排尿次数是判断婴儿吃到足够母乳的重要客观指标。新生儿出生后1周内,生理性体重下降不应超过出生体重的10%;婴儿每天排尿6次以上、体重增长良好,纯母乳喂养新生儿满月时体重较出生时至少增加600克,提示婴儿吃到足够的母乳。哺乳时婴儿慢而深地吸吮、有吞咽声或表现出满足感,母亲乳房从充盈变软等,这些都是妈妈了解婴儿吃饱提供了参考信号。

九、母婴不得已分离时遵循“能喂尽喂”原则

任何母婴分离的情况下都建议坚持母乳喂养,如婴儿住院、母亲上班等,母婴在一起时仍要亲喂。

建议母亲每3小时挤/喂奶1次,维持乳汁分泌;母乳挤出后记录采集时间,放在干净的容器中在室温25℃下可保存4小时,在冰箱冷藏(4℃)不超过2天、冰箱冷冻(-20℃)不超过3个月内及早哺喂。

哺乳中遇到任何问题及时寻求医疗保健机构专业人员的帮助,做到“能喂尽喂”。(完)

卫生与健康
儋州市卫生健康委员会特约刊登