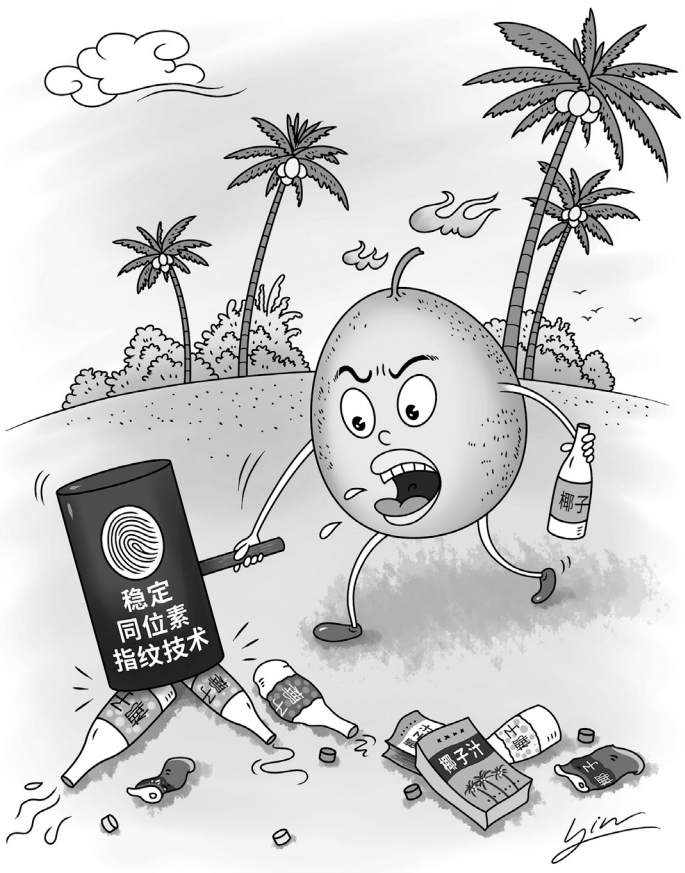
▶一画一议

别让诚信“兑水”

文｜一　瑾　　图｜尹元钧



前段时间，一场针对椰子水的打假行动，让这个新晋国民饮料跌下神坛。一份通过稳定同位素指纹技术检测的送检报告显示，4款市场上热销、标注“100%椰子水”的产品，均被检出外源水，其中3款又被检出外源糖。也就是说，消费者以为喝的是天然健康的纯椰子水，实际上只是调配出的糖水。

买一瓶糖水没有问题，问题是商家抓住消费者心理，以“零添加、纯原汁”为卖点，却在生产中加水稀释、加糖调味，用低成本勾兑冒充高端天然饮品。 在消费者日益追求健康、渴望回归食材本真的今天，“配料表崇拜”盛行，却也成了造假的重灾区。标着“纯蜂蜜”的巢蜜，可能是糖浆塑造的骗局；写着“100%纯果汁”的橙汁，被爆出只是“复原汁+香精”的混合物……如今，越来越多的消费者愿意为真正的天然食品买单，这份信任，本应是食品行业最珍贵的底线，却被部分商家当成牟利的漏洞。

3·15打假，不只是揪出某一款问题饮料，还要打击遏制虚假宣传、以次充好的行业乱象。健康消费不该是商家的营销话术，而应落到生产实处。唯有守住原料底线、尊重消费信任，让标签与实物相符，“纯天然”才不会变成空洞的口号，产品和企业才能真正走得长远。

▶图里门道



拖鞋也疯狂

广州近日举办了一场奇特的比赛——广东首届拖鞋王争霸赛，有30人带着自己的“战拖”参赛，吸引上百人围观。赛事方还设置了“洞洞鞋到底算不算拖鞋”主题辩论赛，最后正方“洞洞鞋算拖鞋”获胜。

——把日常小事变成热闹赛事，算是把烟火气和松弛感玩明白了。

图｜闻　扬

漫解两会

图｜鸿　马



►全国政协委员、中国旅游研究院院长戴斌接受记者采访时表示，当前国内旅游宣传同质化，“无论走到哪个角落，都能看到‘想你的风终于吹到了哪里’，非常雷同。”



▲全国政协委员、科德数控股份有限公司董事长于本宏接受采访时指出，未成年人用网呈现低龄化趋势，社交娱乐类平台占据其主要使用时长，建议将16周岁设定为未成年人注册使用社交类平台的“数字成年年龄”。



◄全国政协委员、复旦大学上海医学院副院长朱同玉建议医务人员薪酬不得与创收挂钩，他表示：“医务人员的价值不该靠创收才能体现，也不该与创收挂钩，一旦与创收挂钩，可能会造成医疗行为的扭曲，比如过度医疗等，损害患者利益。”