

## 一周热线回顾

民生无小事,事事总关情。上周,民生热线受理的来电多与群众的生活息息相关,包括新农合为何多收10元钱、汽车不能入牌怎么办等问题。记者对群众的每个来电都进行了详细解答并认真记录,一般线索与相关部门联系并解决,重要线索进行深入采访。

针对“新农合为何多收10元钱”的问题,记者与市卫生局相关负责人取得了联系,他给出了答案。原来,今年的新政策为:参加“新农合”交60元返50元,10块钱被纳入门诊统筹基金,参保人有病在门诊上治疗,除了可以用返还的50块钱以外,其余花费的钱还能按照不低于60%的比例报销。对“汽车不能入牌怎么办”,市车管所的工作人员称,根据河南省环境保护厅、河南省公安厅于2013年1

月21日联合下发的《关于加强外地转入机动车污染防治管理工作的通知》,规定凡是外省、市转入本市行政区域范围内的外地车辆,应达到国家第四阶段及以上机动车污染物排放控制要求。不符合要求的,公安交通管理部门不予办理转入手续。对于安居路颍河小区门前污水横流无人管的问题,本报将继续与有关部门进行沟通,及时报道,努力发挥好桥梁的作用。

本周,民生热线仍将与您同行。如果您遇到烦心事、突发事件、疑难事、新鲜事、有趣事,请及时拨打本报的民生热线:8202345、8282345。《民生面对面》栏目将继续关注社会热点、焦点和群众关心的难点、疑点问题,把群众的诉求及时传达给政府和相关部门,使问题得到尽快解决。

记者 李瑞才 实习生 李静



### 强制出租车装GPS到底该不该?

出租车司机赵先生(电话137XXXXXXX):我是市区的一名出租车司机,近段时间,市运管处、川江区交通局强制市区的出租车装GPS,对不装GPS的出租车停办一切业务,有些的哥买车20多天了不能办理入户手续。相关部门强制出租车装GPS到底该不该?

### 不买奶不能上学?

西华李先生(151XXXXXXX):我是西华县叶埠口乡江口小学学生的家长。近日,江口小学让学生买奶,不买奶不让上学,而且把书也收走了,全乡小学都是这样。定学生奶不是学生自愿的吗?为何不买奶不让上学?今年的奶价比去年涨了20块钱。去年交了200块钱却只给了74瓶,还缺了学生26瓶奶。我们对这种情况非常不满意。校方说是政策,我们想知道这是哪里来的政策?

接到热线后,记者上午多次致电叶埠口乡教办电话2431013,虽然是工作时间,但一直无人接听。

记者 李瑞才 实习生 任慧慧 整理

■天天3·15

## 扶沟:维权志愿者护农保春耕

本报讯“辨别复合肥的真伪要看眼、手捏、水溶、火烧……”2月26日上午,消费维权志愿者李俊峰认真地在扶沟县崔桥镇何营村向群众讲解辨别复合肥伪劣的小窍门,受到群众的欢迎。

为提高消费者的维权意识,营造安全放心的消费环境,扶沟县工商局积极开展“中原红盾”消费维权行动。鉴于当前正值春耕春种时

节,该局组建了消费维权志愿者队伍,深入田间地头,开展农资安全使用巡回宣传活动。同时,他们把“红盾护农保春耕”活动与农村消费维权热点问题有机地结合在一起,紧紧围绕涉及食品、农资和家电等方面的法律法规开展普法宣传,在村头、地头设立咨询投诉台,现场向农民讲解辨别假冒伪劣商品知识。(卢付昌 胡国威)

## 太康:维权进农村 打假保春耕

本报讯(记者 奕卿)3月2日,太康县杨庙乡杨村村委会大院人声鼎沸、热闹非凡,由该县工商局组织的“维权进农村、打假保春耕”活动正在这里举行。

为维护广大农民的切身利益,太康县工商局从2月20日至5月底在辖区范围内组织开展“维权进农村、打假保春耕”百日宣传咨询活动。活动中,工商执法人员免费向群众发放《真假农药、种子、化肥识别方法》、《消费者权益保护法》等宣传资料和挂图,讲解农资商品识别辨别知识,以此提高农民

识假辨别能力。

“买农资时如何辨别真假?”“买到假农资该怎么办?”……当日上午,得知工商执法人员要来讲解农资鉴别方法,附近的村民早早地就赶来了,把农资鉴别咨询台围了个水泄不通,纷纷向工商执法人员提问。“购买农资时要有固定场所、证照齐全的农资经营单位或个体户购买。购买到假冒农资时,可以直接拨打12315电话投诉。”面对群众提出的问题,工商执法人员张武峰一一解答。

线索提供 王慧星 李树军



3月3日,在浙江省湖州市德清县乾元镇中心小学剪纸室,学生们在整理雷锋故事剪纸作品。当日,由乾元镇中心小学100名小学生历时1个多月,以雷锋生前的40个故事及“当代雷锋”10名德清楷模为题材创作的50件剪纸作品亮相,以纪念毛泽东“向雷锋同志学习”题词发表50周年,传承和弘扬雷锋精神。新华社发

## 广告



阳春三月正是放风筝的好时候。昨日,天气晴朗,不少市民来到周口公园放风筝,享受生活乐趣。记者 王映 摄

## 大学开学之际当心诈骗短信

本报讯(记者 赵金 实习生 任慧慧)寒假结束,国内各大学陆续开学,带着一身“家当”赶往学校的学生们和家长们成为了很多不法分子的行骗目标。特别是从去年开始,一种“按政策退学杂费”以及“收取新学期学费”的诈骗案件频发,我市公安机关提醒广大学生及家长,收到类似短信,要立即致电学校

进行核实,或拨打“110”报警。

从去年开始,一种“按政策退学杂费”及“发放助学金”的诈骗案件频发。骗子们冒充教育局工作人员,谎称有针对贫困学生的助学金或是退学杂费活动,可获得数千元不等的钱,并说目前这笔钱已经转入银行,让学主去最近的银行通过ATM机按他所说的步骤查询。当信以

为真的学生拿着银行卡在ATM机上,按照对方的要求输入一串又一串所谓的编号后,不知不觉就陷了进去,最后将自己的钱转入骗子的账户。

警方提醒,每逢开学之际,冒充学校骗取学生家长学费的短信诈骗就会出现,当遇到陌生的手机号码,或者是以6开头的8位座机号码发送过来的给孩

子交费或住院费的打款信息,很可能是诈骗信息。而凡是种种借口要求通过ATM柜员机操作所谓“远程安全措施”、“开通网上银行”、“收退税汇款”等项目的,即是诈骗。学生及家长如遇上述情况,请立即致电学校进行核实或拨打“110”报警。

## 孩子“吃奶”几时能摆脱“洋”魔咒?

据新华社电(记者 周琳 罗争光)两会前夕,香港正式实施奶粉“限带令”,一时间内地消费者纷纷“望洋兴叹”。国产奶粉无法令人放心,“洋奶粉”在国内售价太高,而如今各种“限购令”“限带令”频频出现,年轻父母的心头怎么就摆脱不了奶粉的“洋”魔咒?

谁让“洋奶粉”价格一进门就着了魔?

一罐在荷兰本土售价折合100元人民币左右的奶粉,即使加上税、代购费用和邮费,价格也比国内要便宜三成左右。究竟是什么让洋奶粉的价格,一进入我们的国门就像着了魔?

商务部商务预报系统显示,截至2012年12月21日,全国国外品牌婴幼儿奶粉零售均价为200.71元/公斤,而相比之下,国产品牌零售均价仅为153.79元/公斤。

虽然已经价高不少,但洋奶粉的价格仍然能涨就涨、想涨就涨。数据显示,自2008年“三聚氰胺事件”后,洋品牌奶粉就进入集中涨价期,包括美赞臣、雅培、多美滋、雀巢、惠氏、明治、美素等品牌在内的洋奶粉,每次提价幅度都在10%左右,不少洋奶粉价格迈上300元以上,一些奶粉价格甚至“奔五”。

其实,洋奶粉涨价的理由中,看似靠谱的成本论不一定站得住脚。上海市奶业行业协会副秘书长曹明是分析说,与国内相比,国外乳业饲养成本可能更低;而且根据统计,全球原奶均价并没有呈现明显上涨趋势,饲养成本也有所降低。

事实上,伴随汇率、关税调整,国内进口成本也逐年降低。上海交通大学海外教育学院税务教研组组长汪蔚青认为,由于洋奶粉成为国内多数人的选择,厂商没必要将关税下调“利好”让给消

费者,部分经销商可能因此受益。“不能把洋奶粉价格的‘虚高’,全部怪罪于关税。从新西兰进口奶粉是免关税的,但国内外价差依然巨大。”汪蔚青说,对利润的贪婪、故意在华维持高端形象、极少打折的定价销售策略,渠道成本高昂、消费者“只买贵的不选对的”的消费心理,都是造成价差的原因。

话语权就是“硬道理”

洋奶粉涨价最“硬气”的理由,仍然是在中国市场绝对的话语权。东方艾格农业咨询公司乳业分析师陈连芳认为,洋奶粉涨价的底气,主要是由于国内的刚性需求未减,即使已经质疑其涨价理由,但消费者仍然不得不选择承受高价。

中商流通生产力促进中心分析师宋亮说,多起触目惊心的食品安全问题,让消费者犹如惊弓之鸟,在食品问题上变得更加谨慎。由于缺乏对产品信息的确切认识,消费者普遍将产品安全与“价格高、纯进口”画上等号,导致婴幼儿奶粉市场陷入了“你涨我也涨,相互攀比涨价”的怪圈,不能自拔。

价差,不仅让消费者“肉痛”,也让代购市场一片混乱。婴幼儿奶粉抢购浪潮,已从港澳地区蔓延至欧美等国,并呈愈演愈烈趋势,荷兰、德国、丹麦、澳大利亚、新西兰等地的婴幼儿奶粉一度库存告急。

据宋亮介绍,曾有荷兰奶粉生产商向他反映,知名品牌牛栏、美素等奶粉需求猛增,仅2012年四季度,美素婴幼儿奶粉的需求量就增长了近25%。海外奶粉抢购无疑变相抢占了这些国家给予本国婴幼儿群体的优惠补贴,势必引发当地居民的不满,迫使当地政府部门不得不不对奶粉下达“限购令”,有

些地方甚至对中国游客采取禁售。

“洋”魔咒靠什么打破?

专家认为,洋奶粉和国产奶粉之间的“较量”,事实上是一种信任度的较量。国产乳业在行为前些年信任透支“买单”。与其迫使“易涨难跌”的洋奶粉“降价”,不如从根本做起,国产乳业

应“潜心磨剑”,重新获得消费者的信任。

曹明是认为,面对市场竞争和消费信心的双重挑战,国产乳业要增加奶源地的投入,降低因规模化不足而高企的原奶成本。有关部门也应通过规范超市、母婴店进场费等降低渠道成本的方式让利于民,“现在的乳业行业如同一潭被搅浑的水,想要澄清需要国产乳业付出多倍的努

## 披上“洋皮”,就产“洋奶”了?

据新华社电(记者 周琳 罗争光)境外“洋奶粉”针对国人的“限购令”频发,一来激起国人通过更多海外渠道扫货,二来也让一些嗅觉敏感的内地商人看到了商机,在境外披上“洋皮”就能以本土奶粉混个“留洋背景”,然后回到国内市场成功“逆袭”。

如今,在海外注册一个公司或品牌,请当地工厂代为加工,再给产品取上一个洋名——越来越多的国内乳品企业“暗渡陈仓”,披上洋装,堂而皇之地再把这些“山寨”洋奶粉进口回来销售。

专家指出,贴上“洋标签”就好卖,反映出消费者对国产奶粉的偏见和不信任感根深蒂固。然而,盲目相信洋奶粉,不辨正品和山寨,消费者仍免不了上当受骗。

“2008年以前,新西兰的奶粉品牌只有5家左右,现在已飙升到20余家;澳洲以前奶粉的品牌也非常少,现在有7、8个之多。其中很多新增品牌背后都是华人企业,找当地企业贴牌代工,专供中国市场的。”乳业专家王丁棉介绍说。

他指出,披上了“洋马甲”之后就可以赢得更多的信任和市场,这些奶粉经营者看中的正是中国巨大的奶粉市场和高额的销

售利润。

“外资对市场控制能力的增强以及消费者对进口产品‘一边倒’的青睐,让国内企业纷纷选择‘借道海外、曲线救市。”中商流通生产力促进中心分析师宋亮说。

然而,萝卜快了不洗泥,必然造成对品质控制的放松。2012年,多款洋奶粉曾被检出不合格而被销毁,其中很多都出自这样的代工品牌。

王丁棉说,生产能力有限、原料供应量有限,而需求却大幅增加,对品质的控制难以做到细致入微。海外生产商往往会“优先自有品牌”,对贴牌产品的质量“睁一只眼闭一只眼”,不太负责任。

“甚至以前不太收的原奶,现在也收了。”王丁棉说。

他指出,事实上,由于品控的放松,从乳清粉、维生素等添加物的进口和管理,到包装材料的选择和加工,每个环节都可能蕴藏风险。

当然,硬币有其两面性。宋亮指出,这些“山寨”洋奶粉正在冲击四大进口品牌垄断的根基。有迹象表明,四大外资品牌涨价步伐已有所放缓,这其中不乏发改委“约谈”相关企业的作用,但更重要的原因是,新的市场竞争主