**热点事件：“高学历”零食**

**一、热点概述**

如今，零食也流行“高学历”，“某某农科院”研制、“某某大学”开发，成为一些零食所谓“绿色健康”的卖点。这些宣传是真实的吗？近期，上海市消费者权益保护委员会对此进行了调查，发现其宣传不实。比如，在网上热销的一款名为“九0农大蔬菜卷”，其若干商品宣传页面上，几乎都宣称和“东北农业大学”有关，对此，上海市消费者权益保护委员会给东北农业大学发出了查询函，东北农业大学回函明确表示学校不开展对外生产经营工作，“九0农大蔬菜卷”不是学校生产的产品，学校与商品包装上所标的受委托制造商和委托制造商也没有开展过任何合作。

**二、答题素材**

**1.事实（举例）论证：**

（1）此前，在某电商平台“代餐麦片爆款榜”上排名第二的“山西省农科院燕麦片”，也宣称是山西省农业科学院农产品加工研究所研发、太原市营养师协会推荐的，其销量已经超2万。但上海市消费者权益保护委员会与山西省农业科学院求证后得到的回复是：这款燕麦片的宣传内容不属实，并未推荐过此款产品。

（2）另外，在网购平台上，一款“翻天娃辣条”也卖得很好，不少店铺都宣称这款零食是湖南农业大学、湖南省农业科学院研发的。上海市消费者权益保护委员会向湖南省农业科学院和湖南农业大学发去了查询函。湖南农业大学回复称没有针对该产品“悉心研发”，湖南省农科院称回复该商品宣传“湖南农科院研发”不属实。与此同时，两家机构都回函表示与该商品的生产商湖南省翻天娃食品有限公司没有授权关系。

**2.道理论证：**

《工人日报》在《零食“学历造假”？这股歪风得治》的评论文章中指出，“学历造假”的零食盛行，会损害科研院所的公信力，消减消费者对正规健康食品的信赖和认可，也会对其他品牌构成不正当竞争，妨碍市场健康发展。各地相关部门应对此类食品和广告宣传来一场重拳整治，这是保障消费者合法权益的需要，也是保障食品市场清朗环境的要求。各类科研院所要积极维护自己的声誉，对有合作关系的企业严把质量关，不盲目搞联合研发、贴牌生产；对无合作关系的企业，要及时针对其相关行为发起维权，这不仅是自我保护，也是对消费者和市场负责。食品企业与其把心思放在“学历造假”“装点门面”上，不如把精力、金钱放在谋求差异化发展，放在产品创新和品质上。

**3.开头/结尾：**

（1）通过“学历造假”给自己“脸上贴金”，蹭一时虚名，毁长远发展……

（2）“学历造假”反映出消费端对零食健康、安全的新需求，反映出生产端创新、迭代的必要性，期待更多企业读懂并把握这一点，把精力放在产品的研发和提升上，走上以品质谋发展的道路……

**三、出题方向**

**（一）你怎么看？**

1.如今，零食也流行“高学历”了，如“某某农科院”研制、“某某大学”开发，都成为一些零食的卖点。近日，上海市消费者权益保护委员会通过调查发现，多款冠名“农大”“农科院”的零食宣传不实，部分“学历造假”网红零食质量检测不达标。对此，你怎么看？

◎审题判断——你怎么看？（热点现象类）——答题结构【点题/破题-危害-原因分析-过渡-**对策**-**总结结尾**】

◎解题思路

第一步——点题/破题：

零食“学历”造假，本质是虚假宣传。通过“学历造假”给自己“脸上贴金”，蹭一时虚名，毁长远发展……

第二步——危害：

其一，损害消费者权益：虚假宣传会让消费者误以为这些零食有健康、安全的品质保证，但实际上可能质量检测不达标，对消费者的健康造成威胁……

其二，影响行业和科研机构的权威性：虚假宣传被揭穿，或者产品没有其宣传的效果，会降低消费者对整个行业和科研机构的信任度，进而影响其权威性……

其三，违反法律法规：零食“学历”造假，本质是虚假宣传，，侵犯了消费者的知情权和选择权，也侵犯了相关科研院校的名誉权……

第三步——原因分析：

首先，利益驱使：想借助高校或科研单位的声望来“契合”部分消费者的消费心理——更有品质保障，更加绿色健康，来促进产品热销……

其次，违法成本低：抱着“低成本的违法行为可以换来高额收益”的心态，商家违法成本过低，对法律的震慑作用“无感”……

第四步——过渡：

比起花心思做假的“学历证明”给商品“装点门面”，品质才是真正博得消费者垂青的关键……

**第五步——对策：**

第一、强化责任意识：要提高商家的社会责任感，只有诚信经营才能赢得市场，打铁还需自身硬，产品才是企业发展的关键……

第二、加强监管保护：相关部门应加强对知识产权的保护和对零食市场的监管，维护科研机构和高校的合法权益，严厉打击违法行为……

第三、建立信用体系：建立零食企业的相关信用体系，对违法违规的企业进行曝光和处罚，提高企业的违法成本，维护市场秩序……

**第六步——总结结尾：**

市场当然欢迎真正的“高学历”零食，但不是披着“高学历”外衣的粮食，我们期待着吃到越来越多的真正健康、有营养的粮食……