

消费陷阱真的是悖论吗？

材料通过一系列阐述，试图得出“消费陷阱是悖论”的结论，但其在论证过程中犯了诸多逻辑错误，现择其要点分析如下：

首先，材料认为当今生产者和消费者很难割裂，个体既扮演生产者又扮演消费者，所以消费陷阱就是自己为自己挖的陷阱，其实不然。虽然生产者有时候扮演消费者，但是并不见得他们生产的产品和消费的产品是同一产品，所以并非是自己给自己挖陷阱。

其实，材料说我们购买的很多产品都有其用途，这说明消费陷阱是悖论，此推理不当。消费陷阱是买了非必需的产品，非必需的产品也能有用途，这两者没有必然关系。另外，现代并非小农经济，消费必不可少，而且是自愿的，既然是自愿消费那就没有陷阱，此处还待商榷，我们购买的时候并不知道踩了陷阱，自愿购买但是依旧是在陷阱的前提下自愿购买的。

再次，材料说社会产能不断提升，多消费才能匹配更高的生产力，消费降低就可能会生产过剩而导致经济危机，既然消费能带动经济发展，就不会产生消费陷阱。不能因为它能带动经济发展就否定它没有陷阱，任何消费都可以带动经济发展，但这与消费中是否存在陷阱无关。

最后，材料说消费陷阱是存在的，但是我们也不可能为了避免消费陷阱而不去消费，既然如此何必担心有无消费陷阱，此处还待论证，即便不能避开消费陷阱不去消费，但是也需要担心消费陷阱可能会给我们带来的危害，从而避免不必要的消费和损失。

综上所述，材料在论证“消费陷阱是悖论”的过程中犯了诸多逻辑错误，其结论的有效性还待商榷。



以纯粹之心，创未有之业

做人如璞，因纯粹可贵，做事如玉，因纯粹难得。怀纯粹之心，淤泥不染，朱墨不侵，在世事浮沉中不移本性，在斗转星移中坚守初心。

纯粹之心是个人成事之基，做事之本。前路漫漫，难免风雨侵扰；艰难险阻，唯有纯粹终见曙光。春秋战国五百年兵荒马乱，虽有霸主但难免沉沦于声色犬马，而始皇以纯粹之心，一统六国，成就霸业。红军长征，每位战士都怀揣一颗救国救民的纯粹之心，雪山不改其志，沼泽难阻其行，不为枪林弹雨而退，只为纯粹之心前行。前行越远，我们就要愈发坚守纯粹之心，行稳致远，从而抵达彼岸。

纯粹之心是企业生存之根，发展之魂。企业的命脉是用户，一家企业怀揣纯粹之心，为了用户而发展，为了纯粹而精进，这样的企业才能越走越远。胖东来一切为了用户的“纯粹”之心，精益求精从而成为了零售行业的先锋。小米公司无论是在手机、造车和家电方面都怀揣纯粹之心，为了更好的产品，备受用户推崇。企业的发展需要不断坚持自己的纯粹之心，规避物欲和不良的目的，从而保证企业发展的长远。



纯粹之心是国家发展之要，强大之源。一个国家要想发展，做事情要纯粹才能获得人民和其它国家的认可，从而得道多助，成就一番伟业。风风雨雨 75 周年，我们从一穷二白踏筚路蓝缕，怀纯粹之心，创不朽之业，神舟游天宫，嫦娥探月球，北斗挺腰杆，东风铸国威，这些成就离不开一颗颗纯粹之心，创造着未有之业。反观美国与其它国家看似同盟，实则心怀鬼胎，颜色革命不断，本土战争频发，政府无奈破产，自己身陷囹圄还不忘抹黑他人被国际社会所耻笑。一旦丧失了纯粹之心，就沦为卖狗悬羊之流，不但容易被物欲裹挟最终随波漂流，更被他人识破惨遭耻笑。

世事变迁如白驹过隙，沧海沉沦唯纯粹做舟。保持纯粹来抵御横流的物欲，坚守纯粹来铸就未来的光辉。