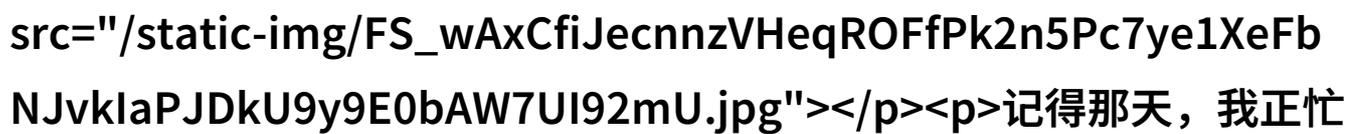


S货 C死你 叫得大声点我是怎么在网上遇

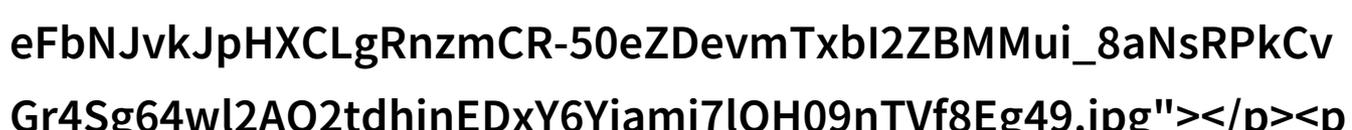
我是怎么在网上遇到一条让人发怒的“S货”广告的



记得那天，我正忙着筹备一个小型的网络活动，突然间，一条广告弹出了我的视野。屏幕上的字眼简直让我血压飙升：“S货 C死你 叫得大声点！”

我愣了好几秒，心想这一定是某个无知的小青年恶搞出来的玩意儿。但当我再次仔细阅读时，我意识到这可能不是什么开玩笑的事情。这不仅仅是一个普通的广告词，它背后可能隐藏着更深层次的问题。



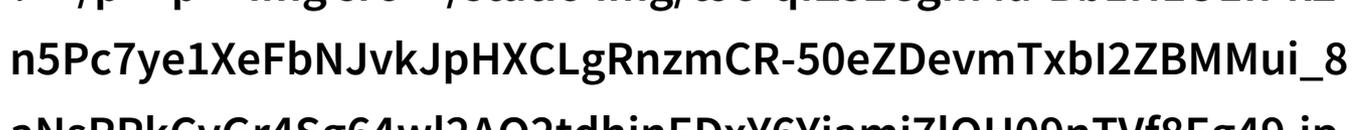


随即，我决定深入探究这个现象。原来，这种类似“S货”的称呼，在网络上常用来指代质量低劣、价格过高甚至存在欺诈嫌疑的商品。而那些自称要“C死你”，则是在表达对消费者的威胁或者讽刺消费者买了这种产品会因此死亡。在这种情况下，“C死你”并非真的意味着死亡，而是一种强烈的情感表达和对商品品质极度失望。

面对这样的广告，不少人都会感到愤怒，因为它不仅损害了品牌形象，更伤害了消费者的信任和尊严。而作为一个社会，我们应当如何处理这些问题呢？

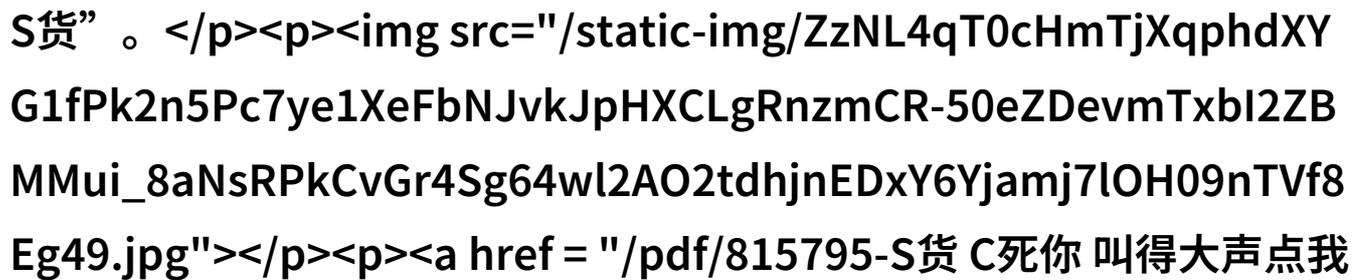


首先，我们需要提高自身素质，不应被一些口语化或带有侮辱性的语言所吸引或激动；其次，要加强法律法规建设，对于这些含有侮辱性、误导性信息进行有效监管；最后，为消费者提供更多权益保护机制，让他们能够在购买过程中保持安全与公平。



总之，那条看似简单却充满挑战的话语，让我们重新审视自己的行为，以及我们对于市场环境中的责任。我也希望每个人都能成为维护良好社会风气的

一分子，用实际行动抵制那些只为了赚钱而不顾品质、诚信的大众化“S货”。



[下载本文pdf文件](/pdf/815795-S货 C死你 叫得大声点我是怎么在网上遇到一条让人发怒的S货广告.pdf)