

新闻热线 62620110
广告垂询 62815807
发行热线 62813115

总编办 62636366
采编中心 62623752
新闻传真 62615582
Email admin@scxb.com.cn

零售价 1元/份
全年定价 240元

法律顾问 安徽美林律师事务所
杨静 律师

承印单位 安徽新华印刷
股份有限公司

安徽财经网
www.ahcaijing.com

星报传媒
全媒体矩阵



官方微信 scxb123



《安徽画报》微信



掌中安徽
微信二维码



掌中安徽
APP客户端



星报官方微博

非常道

看清“AI算命”的“算钱”真面目

与传统形式的迷信相比,披着“大数据、人工智能”外衣的网络迷信,因其打着科学的旗号、宣扬技术的加持,往往更具有欺骗性、迷惑性。各种形式的“AI算命”并非完全免费,用户想要看到详细完整的内容,往往需要付费购买增值服务,或以“邀请好友”“看广告”等增加下载量或广告收益。此外,用户在算命时授权个人信息、上传照片以及分享指定动作的视频,也存在隐私泄露的风险。 @人民日报

微声音

12个治打嗝的小方法 总有一个能帮到你

美国科普网站“事实现场”总结了12个治打嗝的妙招,经常打嗝的人不妨一试。1.捏着鼻子喝水;2.喝蜂蜜水;3.吃一小勺辣椒酱;4.屏住呼吸;5.用力伸长舌头;6.吃甜食;7.吃酸的食物;8.咳嗽;9.吃花生酱;10.用冰水漱口;11.嗅浓郁的气味;12.用舌头按摩上颚。 @生命时报

热点冷评

禁止外卖送上楼需多方纾解

□ 杨玉龙

昨天中午12点左右,“饿了么”外卖员小张的手机上跳出一个新订单,配送地址是余杭临平华元大厦。他心里咯噔一下:接还是不接?要知道这是幢38层高的大楼啊。犹豫之后,他决定即刻出发。到了大厦门口,小张听见了一个熟悉的声音,“这里不准送上去。”原来大厦里的写字楼、酒店式公寓和住宅一律不准外卖上楼。(10月9日《钱江晚报》)

禁止外卖送上楼或者禁止外卖员乘电梯,各方都有自己的难处。于物业是为了业主的安全着想不得不为;于消费者点餐不能送上门显然增加了不便;于不点餐业主来讲,如果纵容外卖员上楼会埋下被骚扰的隐患。所以,物业采取“因噎废食”一律不准外卖上楼的“一刀切”做法,虽会给某些业主和外卖员带来不便,但也终究是下下策。

笔者以为,此类问题并非无解,关键是各方多些理解和支持。从外卖员角度来讲,如果和消费者搞好沟通,精准送到位,而不是故意或无意骚扰其他业主,恐怕也就不会令人反感。所以,纾解此的第一钥匙在于加强对外卖员的管理,尤其是外卖平台应该加强外卖员素质提升,杜绝转个身就在墙壁上涂抹脏话,或者故意骚扰其他业主的坏习惯。

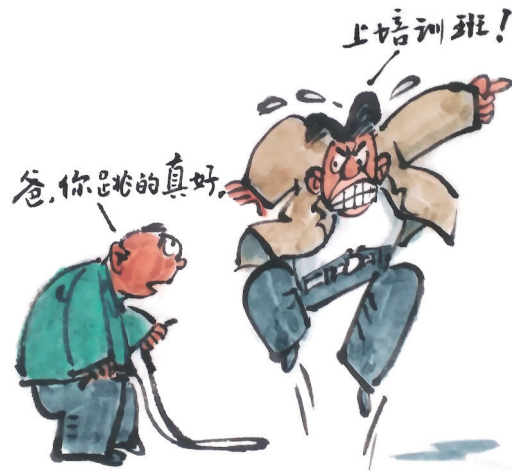
从物业方面来看,禁止外卖送上楼的做法虽情有可原但终究是欠妥的。物业方面应该认识到,禁止外卖送上楼的做法是否于法有据?对此类现象有律师解释,物业这样的规定既然是以保护客户的利益为出发点,那么保护的范畴也应该包括其利益的延伸,因此对外卖小哥的体谅实际上也是对客户利益的保障。所以,物业与其禁止不如在创新管理上多动脑筋。

另外,从消费者角度来讲,在订餐时,既然需要送餐上门,一方面要准确提供自己的住址,也应保持电话畅通,以确保外卖员的准确及时送餐;另一方面对于物业禁止外卖送上楼的规定,可以提前和物业沟通一下,确需送上楼的物业也不会太死板。同时,若必须自己下楼取餐时,不妨行动一下,尽量不要因自己的事儿给他人添麻烦。

跳绳达标“焦虑症”背后的“培训依赖”

□ 苑广阔

时评



这跳的不跳 王恒/漫画

“我感觉儿子上的的是体校!”近日,因为上小学二年级的儿子被要求每天坚持跳绳,一位来自杭州的母亲发出了这样的“呐喊”。因为老师要求全班同学每天坚持视频

打卡,跳绳每分钟要跳185个才算“优秀”,让这位母亲“压力山大”。记者调查发现,为了让孩子们尽快学会跳绳,市场上还兴起了针对学前儿童和一二年级小学生的“跳绳培训班”,并且价格不菲。(10月10日《成都商报》)

《国家学生体质健康标准》要求,一年级男生一分钟跳17个及格,跳109个满分,女生一分钟之内跳17个及格,跳117个满分,年级越高,要求也就越高,并且测评成绩会和学生的评奖评优挂钩。作为学生的父母,自然不想让跳绳成绩成为孩子获评“三好学生”“优秀学生”的阻碍,所以让孩子练习跳绳的积极性才空前高涨。

但不管怎么说,跳绳作为一项体育锻炼方式,不但可以有效提升青少年的协调能力和灵敏度,而且对青少年的身体发育、强身健体具有多方面的积极意义。这应该也是国家制定出台学生体质健康标准的根

本目的所在。然而,很多小学生乃至幼儿园孩子的父母,为了让孩子达标,为了顺利通过测评,拿到高分,却陷入了“达标焦虑”当中。更让人大跌眼镜的是,市场上还出现了专门的“跳绳培训班”,收费价格动辄千元起。

在多数网友看来,这有些不可思议,因为跳绳并非多么高难度的运动项目,参与的门槛很低,只要勤加练习,就会越跳越好,越跳越多。而一些体育运动方面的专家也赞同网友的看法,认为花钱给孩子报“跳绳培训班”完全是劳命伤财,多此一举。“跳绳培训班”的出现,甚至说报名者众,背后真正暴露出来的问题,实际上是父母的“教育懒政”,也是一种“培训依赖”。

殊不知,这是一种成本很高,但效率很低的提高成绩的方法,不但加重了家长的经济负担,同时还加重了孩子的学习负担,值得为人父母者反思。

时事乱炖

保健食品标注“不是药”是一种消费保护

□ 廖卫芳

为了让保健食品不是药物观念深入人心,进一步加强保健食品监管,让消费者明白消费,国家市场监督管理总局日前发布《保健食品标注警示用语指南》明确规定,自明年1月起,在产品最小包装物的主要展示版面上设置警示区,明确标注“保健食品不是药物,不能代替药物治疗疾病”警示语,同时警示区面积不小于其在版面的20%,使用黑体字印刷。(10月10日东方网)

多年以来,保健品市场“乱象丛生”,欺诈和虚假宣传屡禁不止,已成为一大社会顽疾。由于许多消费者对保健品知识知之甚少,辨别能力较弱,加之一些不法商家的虚假、夸大宣传“铺天盖地”,致使许多消费者上当受骗,深受其害。可以说,保健品市场乱象,一直饱受诟病。

为整治“乱象丛生”的保健品市场,早在2017年7月国务院食品安全办等9部门就联合部署开展保健食品欺诈和虚假宣传专项整治。2019年1月,市场监管总局又联合相关部门开展整治“保健”市场乱象百日行动。

但笔者以为,整治“保健品市场乱象”,仅靠“专项整治”“百日行动”等“短效举措”还是远远不够的,还需跟进“长效机制”。笔者以为,除了规范保健食品功能声称、广泛开展保健食品科普宣传、组织开展保健食品标签、说明书虚假宣传专项检查等长效机制之外,在包装上使用黑体字标注“保健食品不是药物,不能代替治疗疾病”,无疑是整治“保健品市场乱象”的一个好办法,这既有效地避免不法商家欺诈、虚假宣传,又向消费者普及“保健食品不是药物,不能代替治疗疾病”等健康知识,提升消费者对违法行为的识别力、抵制力和免疫力,引导消费者明白消费、理性消费。同时,这也是一种“消费保护”。

俗话说:“食品安全大于天。”因此,笔者衷心希望相关监管部门不妨从“标注”入手,提高保健食品安全的管理水平,有效治理“保健品市场乱象”,守护好保健食品安全,确保“舌尖上的安全”,从而切实维护广大人民群众的健康权益。