

安徽人的生活指南

市场星报

全国数字出版转型示范单位

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 ahscb@mail.hf.ah.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



掌中安徽
APP客户端



掌中安徽
微信



星报官方微博



安徽24小时



星报艺术中心



小记者



医药与健康



炒股经

“治病被子”的真相不能总是捂着

■ 马涤明

时评
ShiPing



近日,福建省连江县上百老人在一个床上用品展销会上购买了号称有治病功效的被子,总金额20多万元。可老人们使用后却发现被子不仅发臭,还会让人不适。大家想退被子时却发现,商家已失踪。目前警方已经介入调查。(10月31日新华网)

这起“治病被子”骗人事件引起了媒体的关注,警方也介入调查了。相信只要是这些骗子不是从火星上来的,就一定能落入法网。不过,能不能让购买“治病被子”的消费者没有损失则不好说了。骗子多是一群“今朝有酒今朝醉”的人,钱到了手或许早就醉生梦死花光了。

其实,对于“治病被子”事件来说,我们不应该孤立地看待。如果只是抓了这一批骗子,又能如何?我们更需要关注的是“治病被子”这种现象。

“治病被子”的出现不是什么新鲜事情了,在10多年前就出现过。不过,如果说“治病被子”完全是骗局也是不公平

的。对于社会上出现的“治病被子”来说,有两种形式:一种是,确实有人用普通被子冒充“治病被子”;一种是,“治病被子”是有合法手续的,是有生产经营资格的,他们审批的名称其实不叫“治病被子”而是叫“保健被子”。

这就需要搞清楚一个问题,所谓的“保健被子”真的具有保健功能吗?这类被子已经出现了很多年,由此引发的纠纷不断,可是到如今也没有一个监管部门站出来,给一个确切的、准确的说法,“保健被子”“治病被子”到底能不能保健,到底能不能治病?为何在争议不断、纠纷不断的时候,还能让这类概念化的被子在商场里销售,在网络上销售?

鉴于“治病被子”“保健被子”出现的乱象,是到了监管部门发声的时候了。一方面,对于用普通被子冒充“保健被子”、“治病被子”的现象加大打击力度,让他们不能再骗人;一方面,需要对有关部门审批生产的“保健被子”“治病被子”进行重新检验,看看是不是真的有这样的效



捂不住 王恒/漫画

果,如果说没有这样的效果却审批了,就应该追究责任。

当然,需要反思的还有不切实际的“健康诉求”,身体健康需要科学饮食,需要科学健身,需要科学治病,岂能依靠一床被子?延伸了来说,需要关注的还不止是这样的被子,还有所谓的“保健茶杯”“保健枕头”“保健床”等等。

非常道

李大霄:股市大部分观点都是错的,多数人都是韭菜

有股市“地球顶婴儿底之父”之称的李大霄日前回答股民提问时指出,大多数人是韭菜,大部分观点是错的,可能就帮助了割韭菜,而不是帮助大家避免割韭菜。

他说,对少数派的观点,大家要给予更多的尊重而不是谩骂。因为往往有可能少数人才是对的,少数人才能成为赢家,少数的观点才是正确的,大多数人的观点可能是错误的。多一点尊重,少一点谩骂,多吸取别人有用的观点,对少数派的观点少一些谩骂、批判和排斥,因为市场中少数派才是最珍贵的。

李亚:斯文是人面对时代洪流的内心尺度

凤凰网总裁李亚日前谈及斯文称:斯文是人心、是秩序、是人与人相交的温情,是人面对时代洪流的内心尺度。

重建斯文,就是要从以国学为表征的包含儒释道等多元化的优秀传统文化中汲取精神资源,在变动不经的时代面前,为每个个体、每个家庭、组织、企业,乃至社会,寻找到磐石般坚定不移的价值指南,以此重构社会中温良恭俭让的人际关系与社会秩序。在混沌剧变的环境里,更需要以价值观作为指引个体及企业行为的北斗,才能渡破迷津,而非随波逐流。

微声音

俞敏洪:现在的孩子被当成宠物养大

“培养孩子,原则和规矩很重要,但现在大多数中国的孩子是被当成宠物养大的,没有规矩。”前天,俞敏洪在上海谈家庭教育。他认为,中国的家长把孩子保护得太好了,“有些父母的教育方法连动物都不如,没有规矩”。他提出,没规矩,不成才,没有原则的父母,教育出没原则的孩子,并且失去孩子对他们的尊重。他说,鼓励教育固然重要,但并非不惩罚、不批评,应带有建设性的批判,让孩子在失败和挫折面前不害怕。

@澎湃新闻

热点 | 冷评

“招聘集训陷阱”应及时“填埋”

■ 刘辉

连日来,来自北京和重庆地区的近百名IT行业求职者向记者反映,一家总公司位于北京的招聘单位以“不符合招聘条件”为由,要求应聘者参加培训机构的“集训”,并向应聘者许下“集训”结束后可获得高薪岗位的承诺,但最终高薪岗位却难以兑现。(10月31日《北京青年报》)

以高薪为诱饵,诱使应聘者接受高价培训;当应聘者拿不出动辄两万多元的培训费,就帮忙到借贷平台“按揭”付费;在进行没有多少实际内容的培训后,给应聘者胡乱介绍一个工作了事。在这出戏码里,三家机构都各有进账或提成,应聘者不仅浪费了时间和精力而毫无所落,还要背上几万元的债务。这出招聘企业与培训机构、借贷平台联手的戏码,真是环环相扣,但通过一些现象,仍能看出其明显的诈骗实质。

过去的很多招聘陷阱,要么是中介机构收取中介费后将应聘者推给皮包公司了事,要么是中介和皮包公司演双簧,无非是收取报名费、服务费、体检费、服

装费、押金等,再编造种种理由拒绝上岗或中途辞退,或者直接玩失踪。对比之下,双簧诈骗很直接,容易识别。而“招聘集训”操作手法更具欺骗性,更技高一筹,规避法律的能力更高。

但是再狡猾的骗子,都脱不了骗钱的实质。在这种挂羊头卖狗肉的伎俩中,只需弄清一些事实:一,这种企业究竟是不是真的要用工,有没有可以安排的工作岗位。二是看他们是不是为社会创造财富,提供真正的服务。三是看他们是不是能够兑现对应聘者的承诺。如果这三条者站不住,则是骗局无疑,应当主动出击,进行打击。

当然,劳动者要避免此类诈骗行为,似乎有很大的困难。这就需要媒体及劳动监管部门要多揭露这类诈骗行为,提醒应聘者注意。更重要的是,劳动监管机构及公安部门要打击这种招聘陷阱,规则跟不上,就要修改规则,有规则要严格执行,即使骗局组织得再巧妙,只要侵害了公共利益,就要想办法进行制裁。

时事 | 乱炖

“双十一”疯狂购物要多一点理性

■ 盛人云

“双十一”网购狂欢节临近。根据中国快递协会、菜鸟网络的预测,今年“双十一”期间,整个快递行业处理的快件量将超过10亿件。面对即将到来的天量包裹,快递行业也及早备战,抓紧“招兵买马”的同时,以大数据、智能化提升配送效率。(10月29日人民网)

然而,对于广大消费者来说,“双十一”还未到,各路商家的促销活动已经提早发布,他们推出的秒杀、促销、预售、红包等活动已经让人眼花缭乱。根据往年观察,拇指经济面前,不少消费者缺乏理性,在“双十一”疯狂购物中曾有不少失误:一些人往往只关注价格,对商品的质量和评价不去了解,当电商以低物价向消费者抛“绣球”时,大伙儿便一拥而上,以为占了便宜,结果却不尽如人意;还有一些人盲目跟风,购买一些自己根本不需要、不值得买的东西,造成不必要的浪费;甚至,一些人为了抢购,耽误正常工作,产生家庭不和,而隐藏在这些现象背后的,则是社会运转的某种非理性甚至失序。于是每年“双十一”期间都会出现诸如“剁手党”“后悔党”“吃土党”等耐人寻味的群体,深夜奋战在屏幕前大捞特捞的买家们不知不觉中成为了“电商背后的男人和女人”。

冲动是魔鬼,理智消费,不管是在网上还是网下,都需要理智。消费者与其在冲动清空购物车后看着“消瘦”的钱包后悔欲“剁手”,不如在“双十一”疯狂购物之时多一点理性,量力而行,合理消费,根据自身经济状况和消费预期,货比三家,在自己能承受的范围内购买,才能在“购物狂欢季”享有真正的实惠,体验网购的乐趣。