安徽人的生活指南

市場星報
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 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

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
财经安徽

年轻人需要列出“结婚时间表”吗

付 彪

时评 ShiPing

10月30日，重庆城市管理学院读大二的女孩小袁，为还是单身的室友小岳列了一张“恋爱结婚时间表”，引起了网友的议论。时间表的第一行写着“23岁——毕业”，随后24岁一年找工作，25岁开始相亲，25.5岁找到男友，25.5岁到26岁之间稳定感情，26~27岁深入了解对方性格、家庭，27岁到27.5岁谈婚论嫁，27.5岁到28岁准备婚礼，28岁顺利结婚。两人都希望在30岁以前完成结婚、生子。如果不顺利，就要30岁以后了。(11月3日《扬子晚报》)

恋爱和婚姻是人生的两件大事，对结婚而言，有法律规定的年龄标准，但具体到每个人那里则充满着差异和变数。

就大学生而言，二十来岁的年龄，不仅对人生发展有梦想和追求，对恋爱和婚姻也充满向往。从这个意义上说，列出“恋爱结婚时间表”，说明女孩对感情保持着严肃、认真的态度，而且还将感情、婚姻看作是人生规划的重要部分，这样做并无不妥。正如有的网友认为，时间表上各个阶段是符合现实的，“现在很多闪婚族，很冒险，多谈几年恋爱确实靠谱。”“把该操心的事儿操心完，等到30岁以后，事业稳定了，孩子也大了，就可以专心做自己想做的事。”

但另一方面，我们更要看到，在恋爱和婚姻中，计划往往赶不上变化。无论是恋爱还是结婚，都不是一厢情愿的事，很难按照既定程序走。我们希望一年半载找到男友或女友，但毕竟不能像买东西那样“拉郎配”，还要看有没有眼缘，是不是让自己“心动”，各方面条件同自己匹配不匹配？有的即使谈上了朋友，确定了恋爱关系，但到了谈婚论嫁的时候，现实中许多恋人也往往会因地域、性格、家庭等问题，让计划落了空。

所以，对“恋爱结婚时间表”，笔者以为，既不能一味否定，把它说得一无是处；也不能盲目遵从，把它视为“宝典”。我们既要明确自己的人生方向和到底需要什么，还要学会接受变化，毕竟生活不可能完全按照时间表去走，感情也是“最没有办法墨守成规的”。

微|声音

九成风险WiFi含暗链代码 毫无察觉赚你流量

习惯使用公用WiFi的你要小心了！近来，一种叫暗链的方式开始威胁手机安全。在所有风险WiFi中，暗链占比超过90%，用户连接上植入了暗链代码的风险WiFi后，手机后台就能隐蔽地点击广告，用户对此几乎毫无察觉。 @第一时间

口腔溃疡一直疼痛难忍？ 四招帮你缓解疼痛

口腔溃疡这个磨人的小妖精，是常见的口腔疾病之一，一旦发作往往让人痛不欲生。如何缓解口腔溃疡带来的疼痛感？1. 阿司匹林水漱口（药物过敏者除外）；2. 含服冰块；3. 热盐水漱口；4. 淡盐水小苏打溶液漱口。 @人民网

非|常道

程维：信息、交通和能源三网融合是未来趋势

近日滴滴创始人、董事长兼CEO程维在纽约联合国发表演讲称，信息、交通和能源三网融合，是推动城市可持续发展的重要举措，也是未来最大的趋势和变革之一，其间，新能源汽车将成能源互联网与交通互联网变革交互的“奇点”。 @企业观察网

时事|乱炖

重罚“辣眼”广告，树立文明风尚

王丽美

如果你是炸鸡爱好者，估计吃过“叫了个鸡”。这个名字奇怪的炸鸡店，在南京有不少家，吸引了很多消费者。不过，近日这家店被曝出因为宣传用语违背社会良好风尚，被罚款50万元。11月1日，记者探访南京的加盟店，发现仍有“叫了个鸡”“真踏马好翅”等宣传语。(11月2日《现代快报》)



“不要脸”的广告 王恒/漫画

据了解，“叫了个鸡”是一个在上海创立的炸鸡餐饮品牌，由上海某餐饮管理有限公司运营，这几年发展迅猛，在全国不少地方都开了加盟店。与此同时，关于其“辣眼”广告，也一直争议不断，相关部门不断对其进行警告处罚，但“叫了个鸡”似乎并无实质性的改变，依然故我。

有人说，不过是一个小小的诙谐广告，管理部门小题大做，或者说“想多了”，其实不然。确实，广告是有语境的，如果仅出现“叫了个鸡”，则不宜扩大解释，但该公司通过官方网站、微信公众号“叫了个鸡”及合作门店，对外发布自主创意的包含“叫了个鸡、没有性生活的鸡、和她有一腿、真踏马好翅”等系列广告，显然是故意大量使用这种隐晦、给人不良暗示的广告语，无非是想依托“性联想”放大，然后希望形成所谓的“病毒式传播”，以恶俗套路推广品牌和产品。

我国《广告法》中第七条：广告内容应当有利于人民的身心健康，并且“广告不得有妨碍社会公共秩序和违背社会良好风尚，含有淫秽、迷信、恐怖、暴力、丑恶的内容”之情形。“辣眼”的招牌和菜名，无疑是对相关法规的漠视，是对广告规范用语的嘲讽，更是对公序良俗的戏弄。当事人的违法行为造成了不良的社会影响，违背社会良好风尚，理当受罚。

叫春、叫鸡、叫鸭……现实生活中，还有不少类似“叫了个鸡”的用谐音、谐意、漫画等方式打擦边球的宣传。“辣眼”广告络绎不绝，不怕不“雷”，只有更“雷”，文字越暧昧，就越具备话题性、争议性，就越能吸引眼球。而重罚“辣眼”广告，遏制不良风气，树立文明风尚，让那些热衷于黄、邪、恶俗文化的商家有所震慑与收敛，不能再“想叫什么就叫什么”。

热点|冷评

高校花式“叫早”背后的隐忧

谢晓刚

“同学，你已经扫码了，下一位……”早晨的淮海工学院校园里，学生们排队扫码“打卡”，扫码完成的同学有的去做早操，有的去跑步，还有的抱着书本进了早自习室。自10月9日起，淮海工学院正式启动了“健康生活·文明教室”系列学风作风建设工作，通过早起打卡，引导学生早睡早起，帮助养成良好生活作息。(11月2日《中国青年报》)

在学生“叫早”这个问题上，不少大学着实煞费苦心，有采取免费或优惠供应早餐的，有“起床协会”组织异性同学“叫起床”的，也有把早餐停供时间卡住的，现在又曝出通过定制早起打卡、二维码验证，来记录大学生早起情况，并将早起数据作为体育课平时成绩的。

不知什么时候开始，大学生在生活习惯和作息规律上，出现了不少亟需纠正的问题，如“习惯熬夜、晚睡晚起”“沉迷玩手机，缺乏运动锻炼”等。人们不禁要问，高校学生到底怎么啦？难道过了紧张的高考后，就真的彻底放松了？

笔者以为，大学“花式”喊学生起床，一定程度上也折射出现在大学生日益严重的不良作息习惯，已经成为高校管理及影响教学质量的一大因素。

无论是从身体健康还是日常教学需要出发，早起的必要性毋庸置疑，学校想方设法“叫早”，初衷无疑充满善意，也颇得学生们青睐，能够起到一定的督促作用，但这真的能够从根本上改变现状？恐怕终究是治标不治本。

“青年兴则国家兴，青年强则国家强。青年一代有理想、有本领、有担当，国家就有前途，民族就有希望。”如何倡导学生养成健康生活的良好习惯，让他们能够迎着晨曦出现在操场上，展现生命的律动，开启新的一天，这才是高校在教育上必须思索和改良的地方。

因此，在“叫早”这个问题上，学校可以用一点“小恩惠”“小情调”来予以温暖地强调和提示，但更离不开对学生的正确引导和制度约束、激励，比如从制度设计的源头开始着力，从新生到校报到那天开始抓起，有效实现高中阶段和大学生活的作息规律和求知劲头的延续。