

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



掌上安徽
微信二维码



掌上安徽
APP客户端



星报官方微博



安徽24小时

非常道

爸妈“懒一点”，孩子更独立！

“该不该替孩子背书包”引发热议。有些爸妈在家什么都舍不得让孩子做，觉得只要好好读书就行。结果孩子一离家，处处难以自理。适当让孩子参与家务，不仅锻炼动手能力，让他们独立有责任感，还能培养珍惜劳动成果的意识。 @生命时报

微声音

霍金生前最后的警告： 有钱人将改造基因产生“超级人类”

“法律可能会禁止对人类做基因改造，但是一些人可能抵挡不住改善记忆、抗病力、寿命等人类特征的诱惑。”霍金写道。他预计人类本世纪就能发现通过改造基因提高智力的技术。霍金担心，一旦出现基因改造而成的“超人”，“没得到改造的人类”可能无法竞争，逐渐绝迹，或者变得“不重要”，人类会展开“自我设计”的竞争。 @梨视频

热点冷评

“叶问”这道题挺好的 只是细节欠考虑

□ 曲 征

杭州一所知名民办小学，给一年级新生布置了一道科学作业题——观察树叶，做一份12页的手写调查报告；收集一棵树不同时期的树叶，测算一片树叶的周长……这道科学题，题目出得很有诗意，叫“叶问”。(10月17日东方网)

对此许多家长或抱怨或调侃，有的家长直言不讳“我看还是改成‘咋整’吧”。因为一年级的孩子，字都写不了几个，要完成12页手写调查报告，这明摆着就是让家长完成的题目，况且，要收集一棵树不同时期的树叶，可现在树叶都发黄落掉了，到哪里找新鲜的叶子？

正如所有旨在提升学生素质的题目一样，让学生观察树叶，也体现出学校老师的一片苦心，用心当然是好的，但是由于几个关键的细节没有处理好，便为家长以及网友吐槽埋下了伏笔。

一是布置这项作业的时间有些晚。现在树叶已经发黄，如何去收集一棵树不同时期的叶子？二是12页报告，作业太过繁重，字数太多，忽略了小学生尤其是一年级学生根本无法胜任的现实。从新闻来看，这项作业几乎全部都由家长完成，不仅起不到提升孩子素质的作用，还培养了孩子“作业可以家长代劳”的不良心态。

倘若学校能够切实从孩子认知能力出发，将布置这项作业的时间提前，且完成作业的时间尽量长一些，同时，针对一年级孩子不会写字的现实情况，压缩报告页数，允许学生采用画画方式，或者口头表达方式做作业，那么这项作业就能够顺利完成。

说实话，观察树叶的作业挺好的，便于学生亲近自然，观察自然，只是因为细节问题没把握好，所以才引发吐槽。

其实比如日本，也有类似的作业，例如让学生寒暑假完成对于某种植物或者动物的观察报告。不过，因为作业时间较长，且完成方式多种多样，又没有标准答案，所以学生一般都能够独立完成。我们在布置这类作业的时候，也应该从实际出发，关注细节，灵活多样，量力而行。

围剿网络“医托”广告 需要合力共治

□ 张智全

时评
Guopin

据报道，今年湖南长沙市工商部门曾接到举报称，一家名为“湖南男博医疗集团”的公司诱骗患者就医。据了解，这家公司组建了约400人的新媒体咨询顾问组，咨询顾问加患者为微信好友后，诱骗患者到湖南各地的相关医院看病。另据报道，为吸引男性患者，咨询顾问都用美女作为微信头像，并在聊天中挑逗男性患者，吸引其到指定男科医院看病。(10月17日《法制日报》)

实际上，网络“医托”实为医疗广告。相比于线下的医疗广告，网络“医托”广告因借用了互联网等高科技手段，其隐蔽性强，不少带有欺诈性内容的广告隐身期间，不但普通患者无从识别，而且在很多时候也让监管部门的“火眼金睛”失灵。因此，围剿危害甚大的网络“医托”广告，显然不能仅靠患者或监管部门的单向发力，还必须秉承合力共治的思维。

首先，监管部门必须出重拳。我国《医疗广告管理办法》明确规定，发布医疗广告必须经过审查，且非医疗机构不得发布医疗广告，不得含有宣传治愈率、有效率等诊疗效果以及淫秽、迷信、荒诞的内容。现实中，绝大多数网络“医托”广告不仅夸大其词，而且饱含色情、封建迷信等大量有害信息，已为法律所不容。对此，监管部门既不能当“睁眼瞎”，更不能只“罚酒三杯”，而应果断祭出法律利



网上医托 王恒/漫画

器，让那些唯利是图的网络“医托”得不偿失，从而倒逼其在法律高压威慑下循规蹈矩。

其次，要严肃倒查平台责任。众所周知，履行网络医疗广告审查主体责任是平台应尽的基本义务，对于那些为逐利甘愿替网络“医托”背书的平台，应综合运用失信惩戒、“一次性死亡”等措施，倒查其责任，迫使其在切肤之痛面前兢兢业业地履行主体责任，主动当好网络“医托”广告的“守门人”。

再次，患者也应擦亮一双慧眼。作为理性的患者，更要明白，网络“医托”广告尽管包装漂亮，但始终是冲着自己的腰包而来。只有提高防范意识，才能做到有备无患。否则，就极有可能发生“被人卖了还帮着数钱”的悲剧。

时事乱炖

“排队领蛋”营销戏码当消停点

□ 杨玉龙

10月15日，河南郑州。一药房开业宣传，一天两次为排队前80名的市民免费发5枚鸡蛋，近百名老人排队数小时领取，有人凌晨四点就来，还有大妈因排队时间久尿裤子。(10月17日 澎湃新闻)

其实，生活中不难发现上述场景，无论是商家开业还是宣传产品，总搞一些“免费送礼品”的活动。而且一些有时间的老人们也是热心捧场。为了三五个鸡蛋或肥皂，乃至更小的礼品，不惜早早排队。而对于商家，绝不可能让人轻易拿到这些免费礼品，无论是为了将这些人培养成“潜在客户”，还就是为了单纯捧人场，排队等是必需的。

免费发礼品作为一种营销手段，不违法未尝不可。不过，如此排队长“折磨”老人就有点说不过去。毕竟，有些老人一下子等这么长时间，身体的确吃不消，更别说，一些不法商家，不仅用此道“折磨”老人，甚至会将他们培养成任其宰割的“羔羊”。比如，一些保健品骗局就是如此“套路”。

商家对老人们的这些“小恩小

惠”，自然不是无偿的，而大部分老人也心知肚明。但这样的事情，并不应该“周瑜打黄盖”。首先，商家应多些同理心，能不搞这样折腾老人的营销戏码就不搞，即便搞也应该做好“后勤保障”。比如，配备饮用水，或者方便老人上厕所等，将善待老人做好，再去考虑从他们身上“揩油”。

其次，于老人及其家人，应该正确认识这样的活动。一方面须谨防被此类活动背后的营销陷阱所伤；另一方面老人应顾及到自己的身体承受力，切莫逞能。比如，为了五个鸡蛋，早晨四五点钟就排队不值当。再者，老人们当摒弃贪图小便宜心理，要知道“馅饼”背后是“陷阱”的道理，谨防小恩小惠把自己“卖”了。

同样，市场监管部门对商家“排队领蛋”营销戏码，不能置之不理。比如，一则可以提醒或警示商家组织这样的活动，须注意老人们的安全；二则可以做好相关知识的宣传，规避老人们迷惑于此。实际上，商家只要真心对待顾客，守法诚信经营就能够树立起“金字招牌”。