

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  
微信二维码



掌中安徽  
APP客户端



星报官方微博



安徽24小时

## 非常道

### 如何看待未来房价走向?

当前有些杂音认为,经济下行压力加大可能促使政府放松房地产调控。要明确的是,中央“下决心解决好房地产市场问题”“坚决遏制房价上涨”的调控精神,决不会允许房地产调控半途而废、前功尽弃。在房地产长效机制尚在研究、还未完全建立之际,在房地产调控正在逐步由以行政措施为主向综合施策转变的关键期,不会允许任何放松原已建立的调控政策体系、任由房价上涨的做法。 @新华社

## 微声音

### 想要锻炼效果好? 你得这样吃

有些人注重“动”,却忽略了“吃”。其实,吃对了,能让锻炼效果事半功倍。①来点洋葱,提高基础代谢率。②一碗燕麦粉,循序渐进补充能量。③一根香蕉,维持肌肉和神经兴奋。④喝500毫升以上温水,避免水分流失。⑤无糖咖啡,消除运动疲惫。 @生命时报

## 热点冷评

### 吃白糖相当于吃石灰? 造谣者出来走两步

□ 黄齐超

一篇“食用糖安全问题”的文章近期在网上流传,称“吃10斤绵白糖,就会吃入一斤酸,制作绵白糖的过程需要加10%的草酸”,“白砂糖里加入了‘石灰淀粉混合物’,等于把石灰吃进肚子里。”中国农业大学食品学院副教授朱毅对记者表示,这样做反而会增加成本,得不偿失,“是完全没来由的谣言”。(10月28日《新京报》)

食品安全一直是公众敏感的话题,各种非法食品添加剂的谣言层出不穷,有些谣言分析得头头是道,甚至有视频佐证,让公众对食品安全更加焦虑。吃白糖相当于吃石灰,这个谣言虽然有点耸人听闻,但放在食品安全成为大众话题的背景下,相信的人还很多。

文章分析得很“专业”,能把读者唬得一愣一愣的。但是,绵白糖加有毒工业酸和白砂糖加石灰的说法,真的可信吗?日常用的白糖果真不安全?中国农业大学食品学院副教授朱毅和熟知食用糖加工过程的糖业及综合利用教育部工程研究中心主任李凯,针对谣言的细节,用科学的知识一一回应和反驳。如果黑心企业非要添加工业酸和石灰,那么,无论从产品质量还是成本上看,都是得不偿失的。

都说谣言止于智者,但是,揪出谣言的制作者,当面对质和驳斥,更有说服力,也非常有必要。更何况,妖言惑众者,理当受到法律的惩罚。这则谣言文章的作者,自称在糖厂工作过,是食用糖安全方面的问题作者。文章说,他亲眼看到过不法企业在制糖过程中使用非法添加剂,甚至他自己也操作过,由此来证明所言非虚。既然如此,我们不妨让他站出来走两步,真实地讲述一下食用糖的违规添加剂,最后由专家做出令人信服的结论,还食用糖安全问题一个清白。

谣言就应当被遏止,如果不服气,请造谣者出来走两步,辩个谁是谁非。更重要的是,我们不能仅仅辟谣,更应当对谣言追根溯源,查找谣言的始作俑者,以及那些不负责任的传播者,让他们承担责任。

# 遏制“坑老会销” 需要“7日后悔权”

□ 张淳艺

时评  
Time  
Commentary

黑龙江省十三届人大常委会第七次会议近日审议通过《黑龙江省人民代表大会常务委员会关于加强老年人保健食品等消费领域消费者权益保护工作的决议》。这个决议规定,60岁以上老年人通过会议营销等方式购买的保健食品,在7日内可以无理由退货。(10月29日《燕赵晚报》)

坑老会销的主要手段,是在推销商品时夸大商品的疗效和使用效果。不过,为了应对执法部门打击,经营者大多以口头宣传为主,没有更多的文字宣传资料和视频,对于产品的功效宣传也是通过暗示达到的,涉嫌虚假宣传的证据很难获取。同时,多数会销人员要求老年人以现金形式进行交易,不开具合法票据,无形中减少了交易痕迹,增加了打击难度。如今,黑龙江出台规定,老年人通过会销等方式购买保健品,可在7日内无理由退货,有望成为遏制坑老会销的利器。

纵然一些经营者的小算盘打得咩

咩响,将产品吹得天花乱坠,忽悠老年人掏钱购买,但只要老年人事后冷静下来,或在子女的提醒下发现保健品名不副实,就可以通过退货让经营者“竹篮打水一场空”。无理由退货,给坑老会销来了个釜底抽薪,既有效保障了老年人的合法权益,也有力避免了消费纠纷。

在现实中,不乏一些经营者“打一枪换一个地方”,等到老人及子女前去退货时,已是人去楼空。因此,在明确“7日后悔权”的同时,还要有配套制度,保障无理由退货落地。在这方面,江苏的做法值得借鉴。去年7月1日起施行的《江苏省消费者权益保护条例》,在全国率先将“7日后悔权”范围拓展至“会议(讲座)推介”商品。同时规定,“保健食品、医疗器械等商品的经营者利用临时场地开展集中式体验、宣传、销售活动的,场地提供者应当核查经营者的名称、地址和有效联系方式等信息,并向查询经营者情况的消费者提供上述信息。”从而解决会销产品可追溯的问题。只有厘清场地提供者和会销组织者的义务,给会议营销戴上“紧箍咒”,才能从根本上避免和减少欺老坑老现象。

## 时事乱炖

### 自媒体搞“黑公关”需严刑峻法伺候

□ 何勇海

每年维护上百家自媒体,单价从每年5万元到数十万元不等,“不交钱,就可能被黑。”一家汽车行业公司负责人吐槽。近年来,自媒体“黑公关”让一些企业闻之色变。记者调查发现,一些自媒体靠“黑公关”获取高额利益,有的年能收数千万元“保护费”。(10月29日《南方方法报》)

自媒体搞“黑公关”是对企业正当利益、合法权益的侵犯。“黑公关”一次蓄意攻击、成功抹黑,就可能让企业在产品打造、品牌宣传、口碑维护等方面的多年努力毁于一旦。给被“黑”企业带来的经营成本增加还是次要的,商誉是企业的生命,被“黑公关”毁坏的商誉花再多钱都难以恢复。

自媒体搞“黑公关”是在破坏市场秩序,带歪舆论。自媒体搞“黑公关”就是在为不正当竞争助纣为虐。收了“保护费”还可能带歪舆论,比如某企业在美国出现负面新闻,就让“黑公关”生产传播美国要打压中国企业和企业家的网文,明明自己有问题,却要上升到中美贸易战层面。

搞“黑公关”对自媒体的危害也不言而喻,在帮助企业互黑互害之余,自媒体也在自残,靠“黑公关”获取高额利益会透支网民信任,也在损



黑公关 王恒/漫画

害相关网络平台形象。要治理自媒体“黑公关”,首先需相关机构和平台有所作为,提升自媒体从业的准入门槛,建立“黑名单”制度,对屡次出现问题的自媒体从业人员实施禁入。

不管是“黑”他人还是被“黑”,企业都要树立正确竞争观,摒弃简单粗暴甚至违法的方式。妄图抹黑竞争对手,疏于自身创新,纵有再强的公关能力,最终都将被消费者抛弃。

根据刑法规定,捏造并散布虚伪事实,损害他人的商业信誉、商品声誉,涉嫌构成损害商业信誉、商品声誉罪。因此早有专家表示,自媒体搞“黑公关”已不是言论自由的问题,是侵犯商誉的犯罪行为,处理自媒体“黑公关”,刑法不可再缺位。自媒体“黑公关”违法成本低、收益大,不采取断然举措直至刑事手段,是不能以做效尤、刹住这股歪风的。而企业面对被“黑”要做好取证,及时提起诉讼。