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

安徽人的生活指南

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

淘宝发布公告：平台口罩货源充足，绝不涨价

随着新型冠状病毒肺炎疫情的发展，一些电商平台销售的口罩出现明显涨价、断货情况。1月21日晚，淘宝发出公告称，平台所有口罩绝不允许涨价；同时表示已启动官方专项补贴，目前口罩货源充足，保证消费者可以买到。　　@第一财经日报

微声音

打喷嚏的正确姿势：对着胳膊打

打喷嚏时捂住口鼻是不对的，虽然这确实挡住了飞沫向空气中传播，但感冒病毒会附着在手上，再摸身体部位时，容易进入眼睛和鼻子，造成感染。推荐一个打喷嚏时的标准动作：抬起手臂对着胳膊打，喷出或咳出的飞沫虽然会附着在衣服上，但至少阻断了感冒病毒的传播。　　@生命时报

热点冷评

“女厕内设男童便池”仅是权宜之计

□ 刘天放

近日，杭州市第一人民医院在女厕设男童便池的消息引发热议。在该院5个楼层的女卫生间内，共设置了17个男童便池。一时间，众说纷纭。支持者认为人性化，质疑者认为女性和男童的隐私均难以得到保护，不利于孩子建立性别意识。(1月21日 红星新闻)

杭州市第一人民医院办公室工作人员张某某表示，此举并非新事，已有五年之久。她称，男童便池据5～6周岁孩子的身高设计，位于女厕最外侧，没有门，但三面环绕，“隐蔽性比较好”。而女厕均为单间，“也看不到外面。”

在女厕内设男童便池，以满足那些妈妈带男患儿就医的需求，这是该医院的人性化之举，应该给予高度赞扬。据张某某介绍，在女厕内设男童便池前，该院用约一周时间对200多位20至50岁左右的女性患者开展了调查，被调查者都表示赞同。而且，2015年至今，几乎没有5岁以上的男童在女厕如厕。

然而，这件事却暴露出妈妈带男患儿在医院如厕不便这个问题。医院女厕内设男童便池，当然是一个可行之举。带男患儿来这家医院就诊的母亲，看来都能自觉遵守规则，即5岁以下的男童才能随妈妈在女厕如厕。不过，要想方便所有男患儿在医院如厕，仅靠“女厕内设男童便池”，恐怕并非长远之计。

从报道提供的图片看，该医院女厕内的男童便池为“小便池”，因此，如果孩子需要大便怎么办？不还是要占用女厕内的蹲位？此外，虽然该医院5年来并没有发现5岁以上的男童在女厕如厕，但并不代表今后就没有。如果把医院“女厕内设男童便池”的做法推广，恐怕也会出现不守规则的妈妈。

但张某某下面这句话值得注意，她称，接下来杭州市第一人民医院或将设立第三卫生间，方便残疾人、孕妇及母亲带着男童就诊或父亲带着女童就诊等各类特殊情形。是的，“设立第三卫生间”才是正确方向，既可以免除妈妈带男患儿在女厕如厕的尴尬，还能照顾到更多特殊群体。在医院等公共场所设立第三卫生间，显然是多赢之举。

时评

让春节这道“风景线”在新时代更绚烂

□ 刘天放

春节是我国最重要的传统节日，也是全球华人最隆重的节日，被视为中华民族最为醒目的一个“文化符号”，承载着团圆、亲情、和谐、伦理等深刻内容，是对过去一年的回顾，对新一年的美好向往。

从“腊八”开始直到正月十五闹元宵，家家户户张灯结彩，大江南北到处充盈着“年味儿”。回家过年，永远是每一个中华儿女的愿望乃至精神寄托，那是对家的惦念、牵挂、忠诚。如今，过年的形式已呈多元化，但内涵永远不会改变，已深深印刻在每一个中国人的心中。

春节，最直接的表现形式就是“团圆”，即全家聚集在一起，共享阖家欢乐的温馨。“圆”暗合了中华民族对家庭严谨的态度。春节期间，与家人团聚，表达亲情，给长辈和亲朋好友拜年，并将这种情感延伸，形成了中华民族特有的风俗，这使中华优秀传统文化生生不息，延续数千年，也成为世界文化宝库中最耀眼的一道风景线。

斗转星移，有人说如今的“年味儿”已淡，可事实并非如此。年味儿是大街小巷的张灯结彩，是琳琅满目的满屋子年货，是家人团聚时的一顿饺子……年味儿，是古老而亲切的一句“过年好”，也是你来我往的相互挂念。只要还有春运的繁忙，还有饺子、灯笼、压岁钱、春联等等，年味儿就将永存。

客观地讲，春节的某些习俗确实在变。日益富足的中国人，早已不再把过年当成穿新衣、品佳肴、改善生活的一个良机。就连拜年的方式都变了。但形式变了，核心却没有变，春节这一“风景线”犹在。无论显示中国人开始自由流动的特色“春运”，还是微信、短信、电话拜年，或是电子方式取代了鞠躬这样的传统，形式变了，但实质未变。

进入新时代，春节赋予的文化内涵，必须发扬光大，如此就一定会不断加深对传统文化的理解、认同、尊重、敬畏，并随着时间的推移不断夯实基础，以唤醒民众的文化自觉，增强文化自信，从而让春节这道“风景线”在新时代更绚烂。

时事乱炖

赶走“春节餐桌”上的“食品谣言”

□ 郝冬梅

除夕夜，一家人围桌齐坐，闲话家常，自然少不了一顿丰盛的年夜饭。然而，临近春节，人们准备好好享受美食的同时，各种关于食品的传言也开始冒头：“听说鸡排里含有肉胶，不能吃！”“你不知道吗？鱼肚有毒啊！”“炒瓜子用了明矾，小心购买。”……众多传闻下，大家免不了受到一些影响，开始惶恐起来：“这也不能吃那也不能吃，这个年还怎么过？”(1月22日《科技日报》)



心有余悸　　王恒/漫画

春节期间的“食品谣言”分为两个层次，一个是“老谣言”，一个是“新谣言”。对于有关部门和百姓来说，需要有针对性地识别和防范。

对于“老谣言”，可以说有关部门、有关专家已经不止一次苦口婆心说过，指出了其谣言的属性，以及为何说是谣言的原因。然而，“老谣言”还是春风吹又生，一到春节就来搅和一阵子。对于“老谣言”首先需要百姓自己做到不信谣、不传谣，切莫总是习惯于“随手转发”，污染了朋友圈，造成了不必要的恐慌和担心。遇到“老谣言”只要到正规的网站上查询一下就能识破了。而有关部门也需要加大查处的力度，不能让“老谣言”成为“新危害”。

对于“新谣言”，老百姓自然没有火眼金睛，从来没有听说过，是“新谣言”得以快速传播的土壤。因此，对于“新谣言”还是需要有关部门多做些事情。应该借助大数据进行分析，组建专门的专家团队，第一时间发布“食品谣言”的信息，指出其谣言的本质。这种信息的发布要做到能够跑赢谣言，而不能总是在谣言的屁股后面气喘吁吁。目前，全国范围内建立了不少“谣言识别平台”，希望这些科学平台进一步发挥作用，让“食品谣言”无处可藏。

“食品谣言”的出现，也有两个原因：一个是“无心之举”，以为是科学知识就善意传播了，而却没有经过验证核实；一个是“故意为之”，有的是自媒体为了流量利益，有的是为了制造恐慌。因此，加大自媒体的管理，不让“食品谣言”在自媒体流传也是当务之急，自媒体不是“自己想发什么就发什么的媒体”。