

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



市场星报微信 scxb123



《安徽画报》微信



掌上安徽
APP客户端



星报官方微博

非常道

注意了！ 下月起8类药品不再医保报销

①主要起滋补作用的药品；②含国家珍贵、濒危野生动植物药材的药品；③保健药品；④预防性疫苗和避孕药品；⑤主要起增强性功能、治疗脱发、减肥、美容、戒烟、戒酒等作用的药品；⑥因被纳入诊疗项目等原因，无法单独收费的药品；⑦酒制剂、茶制剂，各类果味制剂（特殊情况下的儿童用药除外），口腔含服剂和口服泡腾剂（特别规定情形的除外）等；⑧其他不符合基本医疗保险用药规定的药品。 @央视网

微声音

胖一点更长寿 微胖的你可以放心了

现代人多以瘦为美，胖子变得不受待见。从医学角度看，太胖的确会增加患多种疾病的风险，但过度追求骨感也是误区。稍微胖一点才是既好看又健康的身材。微胖的优势在中老年群体中更为突出。日本研究显示，与偏瘦的人相比，40岁时体重稍微超重的人寿命更长，能多活6~7年。除了有利健康外，美国麻省总医院一项研究还显示，健美、丰满一些的女性更好看，既显得年轻，又对异性充满吸引力。 @生命时报

热点冷评

该给人工智能“速成班” 降“虚火”了

□ 刘宝庆

“学完Python，可以上天”“零基础入门，小白三天也能学会”……近期，社会上兴起了各种人工智能“速成班”，声称可以通过几个月的学习，实现“转行”和人生逆袭。（8月4日《工人日报》）

近年来，只要什么专业火，一些培训机构就紧跟上，又是开设什么“速成班”，又是“提升班”，这些所谓的班，几乎都是“速成”的。所以，教学上只能是“填充式”的模式，学员也学不到多少东西，只能拿个“培训证书”而已。具体是否能胜任工作岗位，不少培训机构根本就不考虑，也与他们关系不大。他们只要能从“速成班”上赚得盆满钵满就行了。

类似人工智能“速成班”不少都是挂羊头、卖狗肉，这类机构往往都存在讲师资质参差不齐、培训效果被夸大等问题。一个短短三天的“速成”就说明了一切。众所周知，人工智能专业近两年来，才在一些高校开设专业，并且学制四年，三天就要学完四年的课程，这不是天方夜谭吗？这种“速成班”只能误人子弟，对学员一点好处都没有。

值得注意的是，这种人工智能“速成班”，还严重扰乱了人才市场。几天的培训就想进入人才市场找高薪工作，这种人员素质参差不齐、鱼目混珠，势必给人才市场造成短期混乱。正如相关专家指出的，人工智能是一条漫长的道路，每一天、每一个细分领域都在发生着巨变。这种变化要求从业者有极高的综合素质和学习能力，并不是“速成班”能够提供的。

当然，不可否认，人工智能是多层次人才，相关培训机构在职业教育中培训实践人才无可厚非。但如果一些培训机构把赚钱当作目的，追逐热点行业、热门专业，开设所谓的“速成班”，也许短期能赚到一些钱，但只要学员识破了其伎俩，这些培训机构也只能关门大吉了。

别让商业广告“污染”了录取通知书

□ 郭元鹏

时评
Shi Ping



鸠占鹊巢 王恒/漫画

近日，教育部和国家邮政局联合印发《关于进一步做好2020年高校录取通知书寄递工作的通知》，要求：严禁高校、邮政企业在录取通知书邮件内夹寄、夹带与新生报到无关的商业广告等宣传材料。（8月4日《光明日报》）

随着广告意识的浓烈，录取通知书成了“商家必争之地”。这种商业广告惊扰录取通知书的情况由来已久，是年年发布“禁止通知”，却依旧是年年岁岁花相似。

通过最近这几年的情况来看，高校录取通知书夹带广告的现象，有两种情况：一种是，高校在发布录取通知书的时候，直接植入了商业广告；一种是，投递环节擅自为商家夹带了商业广告。

的确，高校录取季是商业销售的黄金期。考上大学的孩子，有的需要参加培训，有的需要购买电脑手机服装等物品。有调查显示，每年的大学开学季都是各种商品销售的黄金期，少的需要置办上万元的“行头”，多的则是好几万元的“行头”，而对于富人来说，花上10多万元也不在话下。家长对孩子的宠爱，成为了商家的利好。因此，都想来分一杯羹。

商家的心情是可以理解的。然

而，“商业广告进入录取通知书”的做法却是不妥的。对于高校而言，需要守住自己的底线，不能为了利益就将“通知书”变成了“广告单”。而作为投递企业问题则更加严重了，你有什么权力将商业广告“强行植入”？更何况有的广告还属于打擦边球的广告，甚至是骗人的广告，比如保健品、比如开发所谓智力的培训。

录取通知书尽管是某所大学发出的，但它建立在一种公正的考试制度上，由国家法律和行政机关做后盾给予保障才诞生的，也是一份具有法律效力的文书，硬生生和商业广告捆绑在一起，亵渎了法律的尊严和公权力的形象。而且，这种做法可以说也是违法的。

录取通知书岂能是“商家必争之地”？净化录取通知书内容，需要重拳出击。

时事乱炖

“失信用户”禁用共享单车 凸显信用惩戒价值

□ 苑广阔

近日，多个共享单车平台推出信用分制度。高信用分用户可以享受骑车优惠等多个权益，而信用分一旦偏低或者归零，用户将无法使用共享单车。信用分分数越高，用户获得的权益越多，比如骑行优惠。而分数越低则意味着可能被“封号”，以后都骑不上共享单车了。（8月4日《楚天都市报》）

很多用户用完共享单车以后，乱停乱放，甚至是把单车骑回了自己家里，变成了“私家车”，这种行为，既可能破坏交通秩序和环境，损害其他用户的利益，同时也严重损害了共享单车平台的利益。对此行为，我们往往从文明、道德的角度加以评判和谴责，但是却不知道，其实这其中还牵扯到契约、信用问题。

现在，多个共享单车平台，开始对这种缺乏契约精神的失信行为进行信用惩戒。平台的信用分都由用户日常的骑行行为、使用偏好和守则记录来决定，信用分一旦偏低或归零，用户将无法使用共享单车。有些平台还规定，如果一段时间内用户没

有再次发生类似的不文明行为，则可以恢复信用分。但对于被扣除到0分的失信用户，则永久无法恢复，也就意味着这辈子都无法使用该平台的共享单车了。

在打造社会诚信体系，建设“信用中国”过程中，对失信人员进行联合惩戒，是重要手段，所谓“一处失信，处处寸步难行”的理念，已经为百姓所熟知。但另一方面，大多数情况下对失信者的惩戒，都是在法院等司法机关的主导和要求下进行的，企业主动、自发性的信用惩戒，并不多见。所以从这个角度来说，共享单车平台能够主动对失信者进行信用惩戒，虽然主要是为了维护自身的利益，但这种惩戒，客观上对倡导诚信意识、培育契约精神，无疑有着明显的帮助。

那么，如果更多的企业能够在信用范畴之内，像现在的共享单车平台一样，也对缺乏诚信意识和契约精神的消费者、客户采取信用惩戒举措，必将对社会诚信体系建设的一种推动和助力，有利于在全社会范围内更好地倡导诚信意识，弘扬企业精神。