

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

中国信通院： 7月国内手机出货量2230.1万部

中国信息通信研究院发布最新数据，2020年7月，国内手机市场总体出货量2230.1万部，同比下降34.8%；1~7月，国内手机市场总体出货量累计1.75亿部，同比下降20.4%。

2020年7月，国内市场5G手机出货量1391.1万部，占同期手机出货量的62.4%；上市新机型14款，占同期手机上市新机型数量的35.0%。1~7月，国内市场5G手机累计出货量7750.8万部，上市新机型累计119款，占比分别为44.2%和46.5%。

@央视财经

微声音

红瓢vs黄瓢：哪种西瓜更甜？

中国农业科学院郑州果树研究所的一项研究表明，红瓢瓜的中心甜度要高于黄瓢瓜，其中白肉型的含糖量分布在5.0%左右，黄肉型8.5%左右，红肉型10.0%左右。从整体水平看，红肉类型的果实含糖量明显更高。另外，从控制食用量的角度来说，更推荐把西瓜一块块切好，定量吃。

@生命时报

热点冷评

变味的“吃播” 是得好好管管了

□ 孔德淇

8月12日，大胃王吃播被批“浪费严重”冲上热搜。据媒体报道，很多所谓的“吃播”实际上就是误导消费，且存在严重的浪费。（8月13日《中国青年报》）

每个人的胃容量都是有限的，世上根本没有什么真正的“大胃王”，颜值高、胃口大、吃不胖的表象背后，是违背自然与科学规律，给身体带来各种恶果。近来，知名主播因吃撑被送进医院，肚子硬得像石头；20岁出头的年轻人因“吃播”患上各种“老年病”；因直播吃太多，身体无法负担，最终付出生命代价等噩耗屡见报端，给公众以震撼和警示。

更有甚者，为了自己的直播或者视频能够“吸睛”，往往会采取特殊的剪辑手法，在镜头前展示饕餮模样，转过身就跑到卫生间吐出食物，圈子里称之为“催吐”。纵观“大胃王”们的吃播秀，普遍都存在让人触目惊心的浪费问题，这显然与目前国家正在大力提倡的“厉行节约、反对浪费”风尚，多次强调要制止餐饮浪费行为的要求相背离。

“食适可，勿过则”，让观众看者足不出户能够看到、了解更多特色食物，满足对于美食的好奇心，本该是一桩好事，但在流量和利益的驱动下，“吃播”变得越发畸形，造假成性、浪费成习惯的不良风气愈演愈烈。这不仅是对消费者明晃晃的欺骗，更是对食物赤裸裸的糟蹋，必须得到纠正和遏制。

目前，多个视频和直播平台已做出反应，在平台搜索“吃播”“大胃王”等关键词，均会出现“文明吃播，珍惜粮食”等提示。有网友发现，有些人气主播发布的吃播视频已不再显示，某粉丝千万的吃播博主已将所有平台作品清空。这无疑是一个好的开端。但从长远来看，监管部门针对造假、浪费的“吃播”进行集中整治；直播平台加强对美食类直播内容审核，营造健康愉悦的饮食氛围；主播坚守职业道德，向用户倡导尊重粮食、爱惜粮食的社会风尚，让“吃播”内容回归本真、健康，才是题中应有之义。

要让高温津贴走出“鸡肋”的困境

□ 木须虫

时评
Opinion

当下，多地开启炙烤模式，相关部门陆续发布高温劳动保护政策。然而仍有部分企业选择与规定逆向而行，欠发甚至拒发高温津贴。高温津贴没有“存在感”；一些用人单位还会通过明发津贴暗扣工资、以福利性的高温补贴充抵高温津贴等方式在政策落实上“打折扣”。（8月13日《工人日报》）

尽管从2015年开始，每年国家相关部门都会出台关于做好夏季防暑降温工作的通知，各地根据通知的要求也相应制定和完善了相关办法，同时，每遇高温相关部门也一而再地重申，并加大了专项检查力度。尽管不乏督促落实的善意，而执行情况仍然不是很理想。

一是“鸡肋”福利。高温津贴的标准实行静态标准，或按天或按月计算，一个标准执行多年，一个夏季几百元，形同“鸡肋”。同时，计算方式复杂，多地的高温津贴，发放分行业、分室内室外，有的还区别实际温度按

天计算。概括来说，就是金额有限，还不便于掌握，影响操作，这正是该津贴“存在感”差的根源。

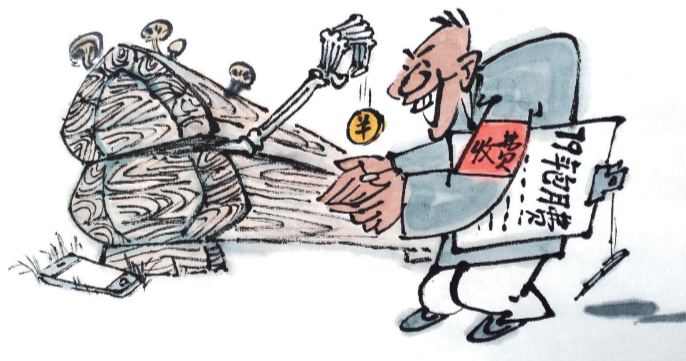
二是“纸上福利”。高温津贴一直都被定位为劳动福利的范围，主要政策依据是《防暑降温管理办法》，津贴只是高温条件下劳动保护措施之一，并没有上升到法律法规的层面，各地做法各异，办法宽泛性规定多，刚性保障性措施少，这也是导致高温津贴缺少常态化的执行环境。

高温津贴沦为“鸡肋”和“纸上福利”，很大原因是制度设计缺少刚性和保障的操作性，使得福利停留于政策，浮于表面，导致难操作、难彻底落实。从长远来看，高温津贴更宜纳入劳动薪酬体系内设计规范，作为劳动者的硬性权益进行常态化监管。一方面，高温津贴与职工工资挂钩，占到一定的比例，比例的多少视行业实际适度差别化，化繁为简，便于实际操作。另一方面，高温津贴作为劳动用工的组成部分，相应纳入劳动合同、劳动维权、工资支付保障等事项内调节，在监管之中有一席之地，破除执行上的障碍，更多地保障落在平时。

时事乱炖

“默认自动续费”的坑该填平了

□ 黄齐超



收费
王恒漫画

南宁的陈先生在电视上开通了一个15元包月的VIP影视会员。开通时，他并没有留意到这个套餐有自动续费的提示。直到第二个月交电话费时，陈先生发现莫名其妙多扣了一笔钱。他联系手机运营商的客服，经查询才发现是这个视频套餐仍在收费。让陈先生哭笑不得的是，在取消续费时，订单信息显示，连续包月的有效期至2099年12月31日。“还好我发现得早，不然79年之后都不在人世了，这笔钱还得交。”（8月13日《中国青年报》）

或许有人会说，服务商也提示陈先生了，但陈先生没有留意自动续费的提示，只能怪陈先生自己没细心。其实，只要是经常使用智能手机的人，都有这样的经验：当我们下载一款APP，或者开通一项收费服务时，只有不停地点“同意”，才能畅通无阻地使用。如果运营商不刻意提醒，鲜有人关注到“同意”的具体内容，大家都惯性地认为，这是在走程序。

自动续费的套路被频频曝光，消费者投诉越来越多，它犹如过街之

鼠，遭受到公众的口诛笔伐。现在，大多数知名的网络商家、APP都规范起来，取消自动续费默认功能。可是，依然有一些规模小的网络服务商存在侥幸心理，仍在耍“小聪明”，套路消费者。

包月自动续费依然存在，这说明职能部门没有做好监管。当然，对于侵害消费者权益的行为，消保委也会出面干涉，比如约谈相关的网络企业。可是，约谈并非行政处罚，没有太强的约束力。商家违法违规的成本太低，他们当然不惧约谈，敢肆无忌惮地试探底线。所以，惩戒的措施必须具有震慑效应，让违规者感觉到痛。

一些网络商家心存套路、欺骗消费者，政府部门就不能放过他们。有专家建议，市场监督管理部门、工信部门应建立联合惩戒机制，比如通过黑名单制度，对违法经营、侵害消费者权益的商家进行必要的信用惩戒。显然，这个建议可以让惩戒机制长出牙齿，能痛击包月续费乱象。事实上，也唯有如此，包月自动续费的套路才能不再延续，乱象才能彻底规范起来。