

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

马云：不让工人工资高起来 产品是不会好起来的

马云谈工人工资：如果不让工人工资高起来，我们的产品是不会好起来的。“我们一定不是靠成本的角度，不是去掠夺资源，而是去创造价值，为当地创造就业，为当地去纳税。”@电商报

微声音

减肥到底有多重要？ 答：让大脑年轻10岁

大脑会随着年龄增长逐渐衰老，身体肥胖则会加速这一进程。根据美国迈阿密大学的研究，65岁前的中年人腰围越粗，体重指数越高，大脑衰老的迹象就越明显。研究团队对1289名年龄在64岁左右的志愿者进行6年的追踪研究。结果发现，在超重者中，BMI每增加一个单位，大脑皮层就变薄0.098毫米。肥胖者的大脑皮层最终平均变薄了0.207毫米，这意味着大脑加速老化了至少10年。@生命时报

热点冷评

“网络抽奖” 怎可沦为假货流通暗道

□ 何勇海

目前，在微信、支付宝、微博等网络平台上，有很多抽奖小程序和相关页面，通过抽奖可以获得一些商品的优惠券。但记者近日采访了解到，一些所谓的抽奖不过是变相售卖营销，不少抽奖获得的优惠券购买的商品存在问题，引发消费者大量投诉。一些所谓的抽奖引诱消费者购买假冒伪劣产品，如果消费者没有辨别能力，很容易上当受骗。(9月26日《柴达木日报》)

以抽奖方式销售假冒伪劣产品，其实是许多年前就存在的伎俩。这实质上是利用消费者贪便宜的心理，以巨大的价格差，诱导消费者为假冒伪劣产品买单。如今，通过抽奖小程序、抽奖页面变相售卖假冒伪劣产品，也是出于同样的商业算计，其私密性和隐蔽性更强，消费者上当受骗的可能性也就更大。

对此，消费者最好要擦亮眼睛，认清网络抽奖真假难辨、网络交易乱象横生的现实，一开始就不受一些所谓“大奖”的诱惑，对名目繁多的网络抽奖活动保持谨慎态度。据调查，家电、化妆品、养生用品等一直是假冒伪劣的重灾区，理当通过正规渠道购买。在现实中消费，尚且会因为贪小便宜而吃大亏，更何况是网络消费，尤其是通过抽奖小程序、抽奖页面消费呢？通过网络抽奖消费，因为取证困难，许多商家没留下联系方式等任何详细信息，消费者上当受骗后的维权周期，往往会比较长，大部分消费者最终只得放弃维权。

市场监管部门需要加大监管力度，严格规范网络抽奖搞促销的行为，对变味的网络抽奖“零容忍”。这些年，电子商务快速崛起，假货也从中找到生存温床，令各大电商平台头疼不已，尽管从相关部门到电商平台都采取了大量措施，但网络中的假货问题依然严重。比如微信曾一口气永久封停800多款“假货、高仿类”小程序，然而，假冒伪劣仍能通过抽奖小程序售卖，可见，监管理当不留死角和盲区。尤其应把平台治理作为重要抓手，让平台担起审核商家销售资质、检验网络抽奖真假、及时封停处罚违规者等多方面责任。

“共享汽车”亟须规范化发展

□ 杨玉龙

时评

近年来，随着人们个性化出行需求的提升，以及我国通信网络的持续优化和新能源汽车产业的蓬勃发展，手机扫码即可开走的分时租赁“共享汽车”逐渐进入人们的视野。但几年下来，从行业现状来看却不像“共享单车”那样热门抢手。“共享汽车”市场前景究竟如何？会给我们的出行带来哪些改变？(9月26日《新华每日电讯》)

“共享汽车”行业中存在的问题不能忽视。从消费者的角度来看，对“共享汽车”的卫生、安全、停车等问题还是顾虑重重。从行业发展来看，重资产、运营成本高、用户文明用车约束难等问题，成为困扰企业和行业发展的巨大挑战。而且，目前业内普遍还没找到稳定的盈利模式，不少企业陷入“运营难”困局。

应该看到，规范化是“共享汽车”持续健康发展的重要保障。2017年8月份交通运输部和住建部发布了《关于促进小微型客车租赁健康发展的

指导意见》，明确提出鼓励分时租赁发展，鼓励使用新能源车开展分时租赁。这是“共享汽车”长足发展的政策支撑，对于行业发展来讲，理应利用好相关政策规范经营。

让技术赋能行业规范发展。从数据来看，分时租赁服务供给能力目前还跟不上国人个性化出行需求的提升。以首汽集团旗下的“GoFun出行”品牌为例，已在全国投放超过4万辆“共享汽车”，探索出一条融合“共享思维+智能硬件+数据平台+众包服务”的汽车分时租赁新路径。这样的创新之举就值得借鉴，既有利于为用户提供周到服务，更有利于企业发展。

完善市场监管机制同样不能缺位。诚如此前有业内人士表示，共享交通工具作为新生事物，如何从道德、法律和制度完善层面进行探讨和反思，加快制定相应法律法规，依法管理共享交通工具已成为社会共识。当然，对于监管部门而言，应通过创新监管方式，引导共享汽车平台完善相应的管理运营模式，优化行业发展外部环境，助力“共享汽车”稳步前行。

时事乱炖

“不老神药”别成了“打不死的小强”

□ 戴先任

“拨慢生命时钟”“不老不是梦”“延年益寿，返老还童”……最近，此类诱人宣传频频出现在一些大型电商平台宣称不老神药的广告中，吸引不少消费者购买。记者调查发现，这些所谓不老神药的长寿效果，并未经过权威科学验证。特别是其产品原料价格低廉，只是经过一轮镀金——在海外工厂加工后转销国内，有的竟卖出上百倍高价。(9月27日《瞭望》)

据了解，当前国内所有NMN(烟酰胺单核苷酸)产品均通过跨境电商等渠道在线上销售。一方面通过出海镀金，利用一些消费者迷信洋品牌的心理，摇身一变，成了进口高档保健品，以便更好欺骗国内消费者；另一方面，这有助于绕过监管，有利于规避国内法律法规约束。

“不老神药”成了受到不少消费者追捧的“网红药”，也在于我国消费者健康素养水平整体并不高，这为滋生各种“不老神药”提供了肥沃土壤，给了各类“神药”大行其道的机会。

“不老神药”实际上就是一种“三无产品”，不仅难有其所宣传的神奇功效，而且还具有健康安全风险。对于“不老神药”，就需要加大监管力度，如要针对电商平台特点，对电商平台进行有效监管；另外，电商平台也要尽好管理责任，不要成为为不法商家提供非法销售“长寿药”的平台，要配合监管部门，叫停“长寿药”



不老神药 王恒/漫画

等违法违规销售行为，让疯狂“不老神药”只能有“短命”的结局。另外，还要提高公众的健康素养，才能避免更多消费者上当受骗。

现在在电商平台上售卖“不老神药”的商家，就像古时在街头摆摊兜售“不死仙丹”的“江湖术士”。在这个法治社会、科学时代，不能容许“不死仙丹”等“神药”假借科学名义卷土重来，不能让“不老神药”成了“打不死的小强”。要保护好消费者权益，维护消费市场正常秩序，不再让“长寿药”等“神药”存在下去，就需要消费者、平台、监管部门等都能“守土有责”，形成合力，进行标本兼治，才能让“不老神药”这个“古老骗局”不会再有市场。