

2021年7月14日  
星期三  
编辑/吴承江  
组版/王贤梅  
校对/陈文彪

出版单位 市场星报社  
地址 合肥市黄山路599号  
时代数码港24楼



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



市场星报电子版  
www.scxb.com.cn  
安徽财经网  
www.ahcaijing.com  
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 合肥安博印务有限公司  
地址 合肥市新站区物流路以南  
板桥河以东  
电话 0551-64278186

星报传媒  
全媒体矩阵



官方微信



《安徽画报》微信



掌中安徽APP



官方微博

## 倒计时的“3分钟限时停车”值得推广

■ 胡建兵

近日,安徽合肥交警在天鹅湖万达南入口,南二环辅道内侧施划了一批路面停车位作为治理试点,以明确的文字和指示牌引导临时停车,限时3分钟。交警同步在临时停车区域附近50米内安装高清摄像设备,自动识别超时停车,当车辆进入停车区域时,系统后台即在5秒内自动启动3分钟计时;若超时停车,路面高音喇叭设备即启动喊话,提示驾驶员立刻驶离。(7月13日本报03版)

为方便民众临时停车,安徽合肥交警

设立“3分钟限时免费停车泊位”,这对民众来讲是件大好事,这种免费停车的时间虽然不长,但极大地方便了民众接送人等。之前,也有一些地方推出“3分钟限时免费停车”,但由于没有计时提醒,民众停车后,不可能算得那么精准,一旦起了时间,就有可能被罚款,结果是“贪了小便宜吃了大亏”。而合肥交警在设立“3分钟限时免费停车泊位”的同时,设置倒计时的“智能限时停车”,当车辆进入停车区域时,系统后台即在5秒内自动启动3分钟计时。若超时停车,路面高音喇叭设备即启动喊话,提示驾驶员立刻驶离,这样减少被罚款的风险。

有了倒计时提醒的“智能限时停车”,

司机在这些临时停车位停车时,心里更踏实,不再让人手忙脚乱、急急忙忙。当然,作为司机,要在这些“3分钟限时免费停车泊位”停车,也要作好准备,如果要接人,等人已到达停车位时,司机再把车开过去也不迟。尽量避免车辆已到了停车位,而人迟迟不到,造成超时停车。

希望其他城市向合肥交警那样,在设立“3分钟免费停车泊位”的同时,实行“倒计时提醒”,在有效利用停车资源的同时,很好地解决一些车辆“蹭停”“霸停”行为的发生。可以对一些人故意“蹭停”“霸停”的行为进行处罚,把这些免费临时停车位留给急需的人,减少各种矛盾和冲突的发生。

## 时 事 乱 炖

## 莫任由“食品级”美妆产品“跨界忽悠”

■ 戴先任

近些年来,坊间出现了“食品级”化妆品的说法,商家宣称这类化妆品原料都是“无添加”“纯天然”的,更安全有效。然而,北京青年报记者7月12日通过对比多款号称“食品成分”“可食用”的化妆品配料表发现,这些号称“食品级”的化妆品、护肤品很大程度上只是商业营销噱头。(7月13日《北京青年报》)

正如监管部门所称,不存在“食品级”化妆品。我国《化妆品监督管理条例》明确规定,化妆品是指以涂擦、喷洒或者其他类似方法,施用于皮肤、毛发、指甲、口唇等人体表面,以清洁、保护、美化、修饰为目的的日用化学工业产品。商家号称的“食品级”化妆品,不过是营销噱头,这种做法也涉嫌虚假宣传。“食品级”化妆品打出“可食用”的噱头,进行“跨界忽悠”,比一般的问题化妆品危害更大,亟待予以遏制。

我国目前已经发展为全球第二大化妆品市场,化妆品生产企业超过5200家。但

快速发展的背后,也存在泥沙俱下、野蛮生长的问题。多年来,化妆品市场乱象丛生,比如“高仿”“山寨”横行;非法添加等违法现象较为突出;对化妆品功效进行虚假和夸大宣传,误导消费者,有的化妆品从业人员甚至还打起了药品的主意,把化妆品宣传为具有医疗效果的神奇产品……

不管是“食品级”化妆品,还是“药品级”化妆品等,都涉嫌虚假宣传、消费欺诈。对此,需要监管部门加大监管力度,提高不法商家的违法成本,对涉嫌虚假宣传、消费欺诈的商家依法严惩。2021年1月1日起施行的《化妆品监督管理条例》对化妆品广告进行了严格规范,要求广告内容应当真实、合法,不得明示或者暗示产品具有医疗作用,不得含有虚假或引人误解的内容。徒法不足以自行,需要各地相关部门能够加强执法力度,遏制化妆品市场乱象,这样才能推动化妆品市场健康发展,保护好广大消费者合法权益。



并非误会  
■ 王恒/漫画

## 热 点 冷 评

## 给网络表演打赏设置监管“红线”

■ 吴学安

为加强网络表演行业内容源头管理,进一步明确平台、主播、经纪机构三方关系,文化和旅游部12日发布《网络表演经纪机构管理办法(征求意见稿)》,规定网络表演经纪机构不得以虚假消费、带头打赏等方式诱导用户消费,不得以打赏排名、虚假宣传等方式炒作网络表演者收入。(7月12日新华网)

直播“打赏经济”看似一片繁荣,但背后却隐藏着各种乱象,一些“打赏”游走在法律与道德的边缘。尤其是一些网络表演通过暴露的穿着、粗俗的言语、恶劣的行为去套路打赏,对未成年人的身心健康造成了严重的影响。

近几年,未成年人动用家中所有积蓄打赏主播等事件屡见不鲜,进而引发了诸多的法律纠纷。目前的网络直播平台“打赏”乱象丛生,反映的是“打赏”监管机制缺失。一些违法违规、低俗媚俗无底线、价值导向严重偏差的网络直播,不仅污染了网络环境,扰乱了公共秩序,更为严重的是,这些网络直播危害网民尤其是未成年人的身心健康,产

生恶劣的社会影响。

此次《网络表演经纪机构管理办法(征求意见稿)》强调,网络表演经纪机构不得为未满十六周岁的未成年人提供网络表演经纪服务;为十六周岁以上的未成年人提供网络表演经纪服务的,应当对其身份信息进行认证,并经其监护人书面同意。网络表演经纪机构在网络表演经纪活动中不得损害未成年人身心健康,不得侵犯未成年人权益。

毋庸置疑,加强网络表演行业内容源头管理,需要进一步明确平台、主播、经纪机构三方关系,加大市场监管力度。一方面,网络表演不得以虚假消费、带头打赏等方式诱导用户消费,不得以打赏排名、虚假宣传等方式炒作网络表演者收入;另一方面,网络表演应当加强对签约网络表演者的约束,要求其不得以特殊对待、语言刺激、承诺返利等方式诱导用户消费。总而言之,网络表演想要走向规范,需要政府、社会、平台群策群力,通过相关措施的限制,形成行业自律并演变成规范,如此可以极大地减少社会争议。

## 非 常 道

## 工信部刘烈宏:要坚决抵制垄断、不正当竞争等各类违法违规行

工信部副部长刘烈宏在2021(第二十届)中国互联网大会上的致辞中表示,要加强用户信息保护,坚决抵制垄断与不正当竞争等各类违法违规行为。“(企业)要坚持底线思维,依法合规经营,接受政府、社会监督,强化网络与数据安全,切实履行社会责任,共同营造规范有序、公平竞争的良好环境,保障行业健康发展。”@新京报

## 微 声 音

## 爱自拍的人更孤独

你身边一定有这样的人,每天都要在朋友圈中发自拍来寻求“观众”的注意。泰国国立发展管理学院的 researchers 发现,那些上传自拍照片频率较高的人可能是因为太孤独,便以发自拍的形式来获得人们的关心。他们一边在网上发自拍,一边被孤独感紧紧包围。虽然不少人认为爱自拍只是一种缓解心理压力的方式。  
@生命时报