

2021年12月15日
星期三
星级编辑/蔡富根
组版/李静
校对/刘洁

市场星报

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

“拍照搜题”下线，“官方辅导”该上线

李秀荣

教育部办公厅13日印发通知，对加强教育App管理推动与“双减”政策衔接提出明确要求。通知提出，对于提供和传播“拍照搜题”等惰化学生思维能力、影响学生独立思考、违背教育教学规律的不良学习方法的作业App，暂时下线。整改到位并经省级教育行政部门审核后，方可恢复备案；未通过审核的，撤销备案。(12月14日《光明日报》)

手机一拍，答案就来。近年来，“拍照搜题”成为很多教育App的引流工具，正看到其中的商机，专门的“拍照搜题”App横空出世，“用户体验”越来越好，使得不少学生群体对其产生了高度依赖。与之相伴的，是持续升温的争议：此类功能到底是帮助孩子学习，还是助长他们的惰性？这是要将互联网时代的学生引向何方？

无数事实早就证明，一些教育App的“拍照搜题”功能，或专门的“拍照搜题”App，越是便利高效，“随拍随解”，甚至“毫

秒级响应”，越容易诱惑一些中小学生对放弃思考，越容易助长自控力较差的学生的惰性，将“拍照搜题”功能当成纯粹的抄作业工具。可以这样说，“拍照搜题”是以科技进步带来的便利和高效，省却学生的冥思苦想，甚至是大面积“杀灭”学生的独立思考能力、解决问题能力、创新能力。长此以往，不光会影响学生个体，还会影响社会人才的培养。

不过，对于“拍照搜题”功能下线，有些家长担心，孩子在家自学，若有不会的题该去问谁？现在孩子虽不上学科培训班，在家自学仍需检验学习效果，需对正确答案。由此想到北京开展的“免费在线辅导”，从2022年起，除节假日和寒暑假外，周一至周五每天18时至21时，北京所有初中学生都可享受在线辅导服务，



进化还是退化？王恒/漫画

辅导学科涵盖语文、数学、英语等9门，费用全部由政府资金来保障，教师按积分获得劳务费。“拍照搜题”功能下线，像北京这样的“官方辅导”当及时上线。

热点冷评

别让考研房“任性”暴涨

徐建中

“平日不足200元的酒店，到考试那天突破1200元，这也涨得太多了。”小王是今年考研大军中的一员，10日凌晨，她知道了自己考研考点的位置，就开始订酒店，可是一连查询了五六家，却看到价格都翻了数倍，而且房源非常紧缺。这样的价格虽然让她难以接受，但却不得不订。最终，她订了两天，花了2100元。记者查询发现，在今年研究生考试期间，订房软件上的房价都已暴涨，千元已成为普遍的房价。(12月14日《齐鲁晚报》)

近年来，越来越多的考生为确保考研过程顺利，会习惯性选择入住考点附近的宾馆酒店，“考研房”随之产生。本来，考生的初衷是为了便利，可一些不良商家却坐

地起价，将原本一百多元的房价上涨至一千多元，显然是在趁火打劫，攫取暴利。虽然，很多考生明知商家在恶意涨价，但考研迫在眉睫，住宿需求迫切，如果去较真，不但需要时间，还会影响心情，便大多选择了隐忍，从而导致不良商家更加肆无忌惮。

在很多商家眼中，酒店有自主定价权，只要是明码标价，没有价格欺诈行为，监管部门就没有对涨价进行干预的法律依据。但事实并非如此，虽然现有相关法规细则针对这一块比较模糊，监管起来确实有一定难度，所以大多以约谈、告诫提醒等形式提醒酒店经营者。可这并不表示商家就可以“任性”暴涨房价，因为根据我国《消费者

权益保护法》《价格法》的规定：“经营者、服务提供方应当恪守社会公德，诚信经营，保障消费者的合法权益。”很显然，商家在考研期间“任性”涨价，有违《民法典》中关于公平原则的相关规定，其实是在借机宰客，有违市场伦理。

作为管理部门，针对商家拒不执行明码标价、价格欺诈等违法行为，应从从严从重处罚，将价格规范在法律法规和政策允许的合理区间内，切实加强行业自律，杜绝价格“任性”暴涨行为发生。在措施上，还可以借鉴高考期间对房价的管理模式，提前做好部署，从考点设置到周边服务，每个环节都出台严格规范的要求，让商家不敢任性妄为。

时事乱炖

莫让“下厨神器”损害健康

斯涵涵

近年来，随着“烹饪小白”更为频繁地走进厨房，复合调味料契合了厨房新手“低技能、高要求”的现实需求，使用场景也从餐厅后厨一步步扩展到年轻人的料理台。寻求一种易操作的下厨方式，复合调味料也因此有了。(12月14日《中国青年报》)

“一包做出拿手菜”“一键复刻美味”“3分钟搞定一碗蟹粉拌面”……对于厨艺有限而又热爱烹饪的年轻人来说，复合调味料容易上手、操作便利、味道稳定，且一包搞定，可以帮助只会烧出黑暗料理的人快速开启“厨艺进阶之门”，这种简单、方便的懒人调料简直就是厨艺不精者的福音，是助燃烹饪热情的“下厨神器”。

天眼查数据显示，截至2021年11月，我国已有超过4800家复合调味品相关企业。其中，2800余家企业成立于5年内，占比59%。很多人都没注意到，不起眼的小小调味料已经瞄准年轻人的味蕾，而这种旺盛需求正在“开拓”新的广博市场。

在快节奏的时代，复合调味料口感丰

富，提升了食材的鲜美程度，可以满足年轻人既要味道、又要速度的需求；对于从业者来说，市场火热，酝酿着新的创业机遇。买卖双方各取所需，相互成全，复合调味料市场以超出人们预料的方式蓬勃发展。

然而，需要提醒的是，适度使用复合调味料可以增进饮食乐趣，但要特别注意对摄入盐分的控制，因为高脂血症、高尿酸血症等“老年病”，已出现年轻化的倾向，儿童和青少年肥胖的发病率也是越来越高，虽然这与懒人调料并无直接关联，但重糖重盐重油的不健康饮食习惯容易引发诸多疾病早已成为健康共识。而复合调味料上密密麻麻的成分表，说明“盐分过多”“重口味”是其刺激人的食欲与购买欲的重要特征，因此，生产、研发复合调味料的商家在满足消费者口味偏好的同时，也要把握健康饮食的方向，而将复合调味料视为“刚需”的一些年轻人则要注意适量使用，自觉做好自身健康的第一责任人，莫让品类繁多、口味畸重的“下厨神器”在不知不觉中损害健康。

微声音

这些“流量秃鹫”该管管了！

无论扎堆围堵还是尾随“直击”认亲，不知分寸的网红都对当事人构成了严重侵扰。有人把此类网红称为“流量秃鹫”，绝不夸张。在这些网红眼里，只有流量没有底线。为了流量，为了变现，为了一己之私利，一再挑战公序良俗乃至违反法律，岂可一直存续下去？网红“一窝蜂”消费热点，这种无底线的“流量生意”，该管管了！ @人民日报

非常道

没有人永远年轻 但有人永远活得年轻

人生永远没有太晚的开始。好的人生，也无须设限。人生，只要有一线希望，就还有无限可能。人生真的没有太晚的开始，你若真的想做一件事，全世界都会为你让路。没有人能永远年轻，但有人永远活得年轻。做真正的自己，比什么都重要。 @新华社