

安徽人的生活指南

市场星报

全国数字出版转型示范单位

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



官方微信 scxb123



掌中安徽
APP客户端



掌中安徽
微信



星报官方微博



安徽24小时



星报艺术中心



小记者



医药与健康



炒股经

“父子变兄弟”是对隔代亲情的渴望

□ 罗志华

时评
ShiPing



2月15日,杭州《都市快报》第五版整版刊登了一则题为《关少尘,我要跟你“脱离父子关系”》的声明。这是一封父亲写给90后儿子的信,这位父亲称,儿子从小爱跟老爸一起玩,但上高中、考进大学以后,父子俩的沟通越来越少,儿子的微信朋友圈屏蔽老爸;常不接老爸电话;在本地上学,回家却越来越少。这位父亲想和儿子跨越“代沟”,亲如兄弟般地携手同行。(2月16日《现代快报》)

从这位父亲给儿子的信中可以看出,他希望能够像平辈人一样与儿子交流,如果有可能,他愿意忘记自己的年龄。他希望和儿子一样,去玩年轻人喜欢的网络游戏,甚至和年轻人一起追求他们喜欢的当红明星。说穿了,他并非真正喜欢这些,不过是想保持和儿子共同的兴趣爱好,使父子俩今后在一起时能够谈得来、合得拢。

因此,与其说这位父亲想过年轻人的生活,不如说是对跨代亲情的渴望。“做兄

弟”是出于无奈的想法,本质上是对父子关系现状有所不满。随着儿子的长大,不爱理父亲也越来越明显,父亲越想靠近,儿子躲得越远。这位父亲对儿子的不满跃然纸上,这是他登报表达观点的根本原因。

这位父亲的话,道出了许多父母的心声。两代人之间本来就容易出现“代沟”,互联网时代又增加了代际间的隔阂,网络内容越来越丰富,手机功能也越来越强大,低头玩手机,不愿与父母交流,成为子女们的普遍习惯,父母难免会更加感到孤独与失落。

这则广告首先是对年轻人的一种提醒,它向年轻人传递的信息是,手机再有吸引力,但终究无法替代亲情,别让手机屏幕成为两代人之间看得见但穿不过的玻璃门,多花点时间给父母才是最好的孝道,与其让一位父亲渴望与儿子建立所谓的“兄弟情”,不如恢复正常的隔代亲情。

但另一方面,这位父亲的做法也未必妥



渴望 王恒/漫画

当。登报表达对儿子的不满,势必对儿子造成很大的压力,即使儿子回到父亲身边,也是出于压力而非自愿。此外,当前隔代亲情有所疏远,既有个人原因,也有无法抗拒的客观原因。作为父母,呼吁子女回归亲情固然无错,但自己也得适应社会变化,单纯希望通过改变晚辈来唤回隔代亲情,不仅操作空间不大,而且容易让自己更加失望。

微|声音

儿童肿瘤发病率上升 母亲怀孕前三个月是关键

国际儿童肿瘤学会调查显示,儿童肿瘤发病率近十年每年都以2.8%的速度增加。专家指出:儿童实体肿瘤主要与母孕期胎儿发育过程中胚胎组织残留有关,孕妇在怀孕前三个月不要乱用抗生素,避免接触电磁辐射、放射线及装修污染。

@人民日报

几大定律 让你在职场如鱼得水

①帕金森定律:追随一个更加优秀的上司;②“刺猬”法则:不远不近的合作关系最利于工作;③马太效应:至少保持一个绝对优势;④二八法则:做事在精不在多;⑤彼得原理:找一个游刃有余的岗位好好发挥专长;⑥多米诺效应:把握好每一个环节,切勿功亏一篑;⑦华盛顿合作规律:注重与团队其他成员的沟通与交流……7大黄金职场定律,新一年让你在职场如虎添翼!

@人民日报

非|常道

马云: 中国经济困难可能会超过大家的想象

日前,浙商总会会长马云表示,中美间贸易等矛盾不可避免,但他对两国经贸关系整体表示乐观。马云在谈及中国经济时说,我认为困难可能会超过大家的想象。这个很正常,30多年的高速发展不可能长期持续。一个人在20岁之前会不断长个子,每年有个8%~9%的增长,但是到20岁以后,每年再长十几厘米就不可能了。中国经济增速目前有适当的放缓,保持品质的增长是中国经济走向健康的一个标志。

热点|冷评

“半数富豪学历低” 倒逼高等教育创新

汪昌莲

胡润研究院近日发布的“2017社会大学英雄榜”显示,登上胡润百富榜的2000多位资产达20亿及以上的企业家中,有一半人没有全日制本科或研究生学历。胡润表示:“按照社会标准,这些人或许最不可能成功,但从财富报告来看,他们成功了,而且创造了非常伟大的企业。”(2月16日《华商报》)

不可否认,当今社会教育越来越功利化,对高学历的过度崇拜,导致一些学子选择“用脚投票”,逃离职业教育。与之相对应的是,长期以来,高等教育“重本科、轻职教”,学术“腿长”、技能“腿短”等“跛足”现象比较突出。如此语境下,2000多位资产达20亿及以上的富豪中,有一半人没有全日制本科或研究生等“高学历”,可以说给了“高学历崇拜”一记响亮的耳光,值得高等教育反思。

事实上,一些学子抛弃职业院校,更多的是来自就业压力。当今社会,大学毕业生就业竞争日益激烈,特别是在经济发展转型的今天,就业形势更加严峻。用人单位为了自身发展的需要,设置了更高甚至是歧视性的就业门槛。

然而,“高学历”并非代表高水平和高能力,一些职业院校,是专门为用人单位定向培养员工的,虽然在学历上低了一点,但却学到了一技之长,因而在就业和创业上少了许多竞争,走的是一条捷径。

换言之,20亿及以上富豪半数无“高学历”,倒逼高等教育创新。首先,尽快修改不适当的、唯学历要求的相关政策文件。同时,应尽快出台方案,实现两类人才、两种模式高考,即技能型人才的高考和学术型人才的高考分开。更重要的是,高校应进一步推进创业教育。首先,应将创新创业教育贯穿人才培养全过程,面向全体大学生开发开设创新创业教育专门课程,纳入学分管理;改进教学方法,坚持理论与实践相结合,着力培养学生创新精神、创业意识和创新创业能力。同时,建立人才培养和就业质量评价体系,及时调减就业率持续较低的专业招生计划,使学科专业结构与经济社会发展需要相适应、与就业对接。

时事|乱炖

“中成药改名” 应兼顾公平和传承

张国栋

据报道,国家食药监总局发布的《中成药通用名称命名技术指导原则(征求意见稿)》提出,中成药不应采用“宝”“灵”“精”“强力”“速效”等夸大用词和人名、地名、企业名称命名,不应采用封建迷信或低俗不雅用语。“御制”“秘制”等溢美之词也被列入了“黑名单”。按照这一新规意见,数千个药品或将需要改名。(2月16日《中国青年报》)

从积极的层面讲,一些中成药命名因为缺乏规范,有些随意甚至带有误导、欺骗以及迷信、低俗的味道了。尤其是近年来,老百姓对药品、保健品需求日趋旺盛,打着保健品旗号的中成药夸大式命名乱象频出。少数药企生产的中成药品质良莠不齐,却在命名上“名不惊人誓不休”,随意吹嘘疗效,导致很多消费者上当受骗,因此规范中成药命名势在必行。

但这只是其一。我国中成药有着悠久的历史,其命名有传统的延续性,如果不顾历史和消费者感受,只为规范而规范,未免就是矫枉过正,也失去了应有的公平。例如,“小儿咳喘灵”“速效救心丸”等老品牌中成药,短则有几十年的历史,长则超过百年,这些产品不仅积累了深厚的口碑,还是中药市场信任的缩影。

更何况,改名不仅会失去老品牌效应,还让相关企业支出大量的改名成本。同时,改名之后的中成药很可能会提高价格,增加患者的负担,这也让人们左右为难,甚至选择替代品。这样一来,有关企业的损失无法估量。以云南白药为例,如果因存在地名需要改名,那么其115年树立起来的品牌、声誉、公众认知或将坍塌,预估损失将超过100亿元。这不仅有失公平,市场和消费者也难以适应。

总之,中成药的名称需要规范,但也要尊重老字号老品牌,要兼顾公平和传承。对于那些具有历史渊源的、约定俗成的、老百姓认可的、有口碑有市场的老药,应当尊重传统和习俗,给出合理的解决办法,不能“一刀切”地要求其改名。