

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

## 自闭的世界,谁来打开那扇窗

堂吉伟德

时评  
ShiPing

今年世界自闭症关爱日的主题为“自闭症的干预与融合”。此次活动由一位自闭症孩子的陪读妈妈与班级其他学生共同发起,旨在感恩社会的接纳和包容。活动现场,孩子们共同演唱了《一闪一闪亮晶晶》等歌曲,现场创作百米画卷,并一起走上街头派发蓝气球、蓝丝带。(4月6日《福建日报》)

据了解,目前全球自闭症患者已超过6700万人,平均每150个新生儿中就会有一个自闭症患者,而在中国,确诊的自闭症患儿人数超过160万。然而与庞大的数量群体相比,自闭症患者的诊断、治疗和康复却相当落后,自闭症患者的法律地位至今处于十分尴尬的境地。

上帝为你关闭了一扇门,就一定为你打开一扇窗。这句唯美的励志格言,曾感动了很多。不过,骨感的现实则寒气逼人,上帝关闭了孩子的心灵之



学校也患了“自闭症” 王恒/漫画

门,却忘了为其打开救助之窗。孩子自闭了,外界那扇窗也没有打开,除了普遍化的无知,则是社会化的歧视。本应以

开放作为救赎之途,却人为生生关闭。

在国内,“孩子自闭后,把其交给谁”的问题,至今没有得到答案,思路也十分模糊。数据和事实可以说明一切,以发达的上海为例,全市自闭症儿童已经超过万人,能招收学龄前自闭症儿童的幼儿园不超过30家,专门的自闭症儿童康复院仅有四五家,而每个幼儿园或是康复院能同时容纳的自闭症儿童一般不超过30人;若基本治疗都“求之无门”,就业与生活照料更是“前路茫茫”。谁来帮助你,自闭的孩子们,除了求解的呼声,还有渴求的呼唤。

自闭的世界,谁来打开那扇窗。一个自闭症日,无法成为开启大门的钥匙。生活本应有诗和远方,可诗在何处,远方何以寻觅,需要铿锵回音。一个彼此拒绝和相互排斥的社会,集体性患上了自闭症。现实很沉重,也让人充满了深深的忧虑。你在拒绝和排斥别人之时,同样在自掘陷阱。倘若,整个世界都自闭了,谁来成为我们的拯救者?

## 微 | 声音

吃对野菜  
对健康大有裨益!

①清明菜:“野菜中的降压药”;②荠菜:降胆固醇;③马齿菜:降血糖,餐桌上的“胰岛素”;④小根蒜:防动脉硬化;⑤苦蕒菜:增强人体免疫力、抗便秘;⑥蒲公英:促消化;⑦马兰头:清热解毒,治咽炎;⑧香椿:抗菌消炎,治疗痔疮便秘。 @人民日报

一组简单养生操  
教你远离职业病!

每个行业都会有一些“职业病”,不妨在工作间隙练练:①瑜伽蝴蝶式;②缓解肩膀酸痛;③拉伸脊椎;④膀胱经排毒;⑤两腿一分补肝肾;⑥早晚腹式呼吸;⑦提肩松膀护肩颈;⑧撞击丹田5分钟;⑨手抓毛巾拉伸运动。 @人民网

## 非 | 常道

## 房价不“飙车”,雄安才会安

人民日报发布评论文章称,设立雄安新区的消息一经传出,不少炒房客闻风而动。雄安新区不是冒险家的乐园,更不是投机客的天堂,越有人在炒房上做文章,越须重申房子不是用来炒的。从政策制定到监督实施,从源头治理到有违必惩,让所有环节都不失守。房价不“飙车”,雄安才会安。

## 时事 | 乱炖

## 消费者切莫盲目追捧“网红食品”

苑广阔

网红食品就是借由网络传播而突然火起来的食品或者商家,想吃上一口,动辄就得排队四五个小时;好不容易排上了,人家还限量。于是,听说过医院号贩子、车站票贩子的我们,惊讶地发现,就连网红食品都有了黄牛党。(4月6日央广网)

让人想不到的是,继“人类网红”之后,食品也出现了网红,是为“网红食品”。而一些“网红食品”实在是太红了,导致供不应求,奇货可居。

“网红食品”到底是如何产生的?可以说原因和途径都不尽相同,有些是网友无意之中发现,然后图文并茂地发布到网络上,进而得到了其他网友的关注和追捧;而有些则是商家自己刻意炒作的结果,算得上是一种高明的营销。按理说,既然是一种美味食品,那么让更多人知道和品尝,商家也扩大了销量,增加了收入,这是一种多方共赢的事情,应该给予肯定才是。

但“网红食品”所带来的其他问题,无疑更加值得关注。比如食品安全问题,一些“网红食品”看上去挺好看,尝起来味道也不错,而且在网络上还享有极高的知名度,但是对于这些食品是否健康、安全,符合国家的相关标准;生产和销售这些“网红食品”的厂家、商家是否具有合法的资质和条件,绝大多数消费者并不知情。

在这方面,我们已经有了深刻的教训。前几天,上海的一家“网红面包店”,被曝出大量使用进口的过期面粉,严重损害消费者利益,一时舆论哗然。而在被曝光之前,这家面包店门前的消费者也是排成长龙。所以对于那些通过人为手段把自己炒成网红的“网红食品”,消费者更应该多些警惕和防范心理,别一不小心就中了网红的“套路”。

我们期待政府职能部门加强对包括“网红食品”在内的所有食品商家的监管,但同时也希望消费者多些消费理性,避免盲目追捧。

## 热点 | 冷评

“微整形”成“危整形”  
整治须打组合拳

胡勇俊

割双眼皮、吸脂,注射“玻尿酸”……在微信朋友圈,我们经常可以看到这样的“微整形”广告,不少爱美人士也跃跃欲试。但您可能不知道,这些项目属于医学美容范畴,未取得相关医疗美容机构资质以及从业人员资质开展此类业务,属于非法行医,操作不当,极易成为“危整形”。(4月6日《福州日报》)

“微整形”诟病最近屡屡被推上媒体关注的风口浪尖,也成为了众矢之的。笔者认为,整治非法“微整形”,还得靠打出组合拳,形成全方位的治理局面,才能取得最佳的效果。

首先,需要形成整治的长效机制。对于整治非法“微整形”不能靠刮阵风,要形成部门联动的协作机制,做到长效整治。应畅通举报渠道,重拳出击去查处,形成高压态势,逐步肃清“微整形”的混乱局面,让非法“微整形”无处遁身。其次,要开展全方位的宣传,为消费者普及正确的健康消费理念,正确看待整形行为,准确选择正规机构,防止美容医疗事故。最后,要在加强对美容服务机构从业人员警示教育、明确违法边界和法律责任、加强行业自律的基础上,通过有效手段,提升消费者的维权意识,激励消费者参与到监督举报非法医疗美容机构中来,形成全民监督的局面。

总之,对于非法“微整形”,既然有其生存的土壤,必定就有不得不治的“病因”。“刮骨疗伤”式的去肃清非法“微整形”乱象,不仅要打好面上的整治战,更要打好综合施策的全面提升战。只有这样,才能让“微整形”市场趋向规范。