

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

## 中介“豪买”小区车位应严厉打击

■ 赵连卿

时评  
ShiPing

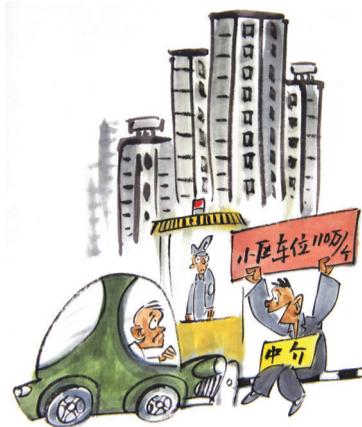
“我们小区附近很多中介联合起来，只要有业主卖车位，不管多少钱，中介先全部吃下，跟炒房子一个模式。他们从去年开始囤到现在，造成小区二手车位极度空缺，车位价格从13万炒到30万。”最近，一位网友发帖吐槽自家小区的车位越来越高不可攀。(9月7日《钱江晚报》)

所谓无利不起早，中介“豪买”小区车位的目的显然不是为了自己使用，而是囤积以牟取暴利。那么，中介有没有权利购买小区的车位呢？如果车位是普通的商品，中介购买车位符合市场规律的要求，那无可厚非。然而，车位本身是一种特殊商品，也就是只能供车辆停放，如果没有车辆停放，车位就失去了其应有的价值。而且，我国《物权法》也规定：建筑区划内，规划用于停放汽车的车位、车库应当首先满足业主的需要。由于中介不属于小区业主，从法理上来讲，中介应

没有权利购买车位。

在多数城市普遍面临停车难的环境下，中介“豪买”小区车位只会让停车位更紧张，一方面会导致更多车辆“流浪”在街头，影响城市形象和正常的交通秩序，另一方面中介购买的车位闲置，也是社会资源的严重浪费。对此，工商、建设、房管等部门不能坐视不管，而应联合起来给予严厉打击。其一，查一查中介买卖车位行为是否超越了其经营范围？其二，很多中介联合起来购买车位，导致车位极度紧缺，是否已涉嫌垄断？是否应按照《反垄断法》的规定进行审查？最后，中介“豪买”车位行为，若侵犯了小区居民的合法权益，影响社会和谐稳定，也需要相关部门未雨绸缪。

杜绝中介“豪买”小区车位，仅有目前《物权法》的粗线条规定显然是不够的，还应尽快出台对应的小区车位管理细则。比如小区车位不仅优先满足业主的需要，而且业主在出售小区车位时，其他业主具有优先购买的权利。如果售卖给非小区业



有家难回 王恒/漫画

主，应经得业主委员会同意，以确保小区车位能最大限度地发挥其使用价值。

归根结底，小区车位是用来停车的，不是用来炒的。只有对中介“豪买”车位行为进行严厉打击，车位才会回归其本来属性。

## 非|常道

潘石屹：  
共享经济的概念被玩坏了

SOHO中国董事长潘石屹认为共享经济的概念被玩坏了。像共享单车，一方面说共享，一方面又大量占用城市最宝贵的地表面一层资源，共享的意义不大。真正需要共享的是那些价值高、而利用率又很低的商品。@SOHO中国

## 微|声音

回归尊重，才能凝聚产房里的共识

一位产妇，在多次提出剖宫产未果疼痛难忍的情况下，选择跳楼结束了自己的生命，医院和家属为撇清责任各执一词。类似的悲剧不断地刺痛着社会的神经，也折射出一个关键的问题——对孕妇真正尊重的缺失。深刻认识女性分娩的伟大，回归人本，更关注产妇个人的感受，才应是“产房里的共识”！@人民日报评论

秋后蚊子猛如虎！  
这七类人群要小心

秋后蚊子毒，眼下是蚊子活跃的季节，也是登革热流行时期。孕妇、体温高的人、呼吸频率较快的人、容易出汗的人、血糖偏高的人、儿童、爱喝啤酒的人等七类人群比较容易招蚊子。

@新华网

## 热点|冷评

网红饮料“含毒”  
监管急需与时俱进

■ 袁浩

近日，一则“毒情预警”在朋友圈和微博中热传，文章称一种名为“咋哇潮饮”的网红饮料理化检验，被发现含有Y-羟基丁酸(我国一类精神药品)，喝多会对人体造成损害，目前多地公安部门已要求下架。专家表示Y-羟基丁酸不允许被添加在食品中，如果要在食品中添加任何物质，都必须符合标准。(9月7日《北京青年报》)

当下，一些卖家利用社交媒体将自制食品、饮料打扮成“网红”，在网络上卖得风生水起。然而，这边吃货们正忙着下单，那边网红食品饮料的狐狸尾巴却被揪出，无证销售、违禁添加、逃避监管之类的问题不胜枚举。

据了解，2005年我国就将“Y-羟基丁酸”列入二类精神药物予以管制，并于2007年变更为一类。滥用“Y-羟基丁酸”会造成暂时性记忆丧失、恶心、呕吐、头痛、反射作用丧失，甚至很快失去意识、昏迷及死亡，与酒精并用更会加剧其危险性。通俗地说，喝了“咋哇潮饮”就等于是在喝“毒品”，想想这是多么可怕？

有光的地方，就有阴影。网红食品饮料性质特殊，关乎人民群众的生命安全，决不能让它们游离于监管之外。当前，食品安全问题在网络空间表现得更为复杂和顽固，这就需要监管方式与时俱进。

首先，要尽快完善法律制度。通过法律法规的完善，对网红食品饮料提出规范性要求，如实施网络食品交易第三方平台提供者应办理备案，以及建立食品安全管理制度等，这实际上是在用“规矩”对“网红食品”加强监管，使其在合法合规的道路上行进。

其次，要扩大监管范围。比如，从线下扩大到线上，从网络上到微信圈，从被动接受举报变为更积极的实时巡查，从跟着违法违规食品转到完善制度让不合格者进不来等等。

最后，要形成监管合力。相关部门积极行动起来，有针对性地网络食品经营行为进行整顿。各大网络交易平台、微信运营商要尽到自身责任，积极配合有关部门查处违法，认真核实网售食品、网红食品的证照信息，以确保网络交易平台的安全可信。

## 时事|乱炖

“加班赚钱”招聘启事  
实则是封举报信

■ 杨玉龙

“一周做六天，每天12小时，入职1年后2100元的底薪，综合工资最低5079元、最高7029元，这是最保守的核算，如果你愿意加班，可以月休2天，那就会多出459~531元的周末加班费。”近日，蓝思科技公司的招工信息出现在各大招聘网站上，这种“算账式”的版本尤为吸引人。(9月7日《北京青年报》)

撇开工资的高与低，这样的“加班赚钱”逻辑显然与法律精神相悖。《劳动法》规定，国家实行劳动者每日工作时间不超过8小时、平均每周工作时间不超过40小时的工时制度。同时《劳动法》第41条明确规定，“在保障劳动者身体健康的条件下，延长工作时间每日不得超过3小时，每月不得超过36小时。”

事实上，劳动法的规定虽然很明确，但如果员工为了多挣钱自愿加班，而并非企业强制，仲裁是无法受理的，这也是企业劳动用工方面所存在的漏洞。但无论从情理还是法理角度而言，过度加班都不应提倡；而“加班赚钱”招聘启事更不应出现在大庭广众之下。作为企业，理应遵从依法用工的原则，以保障劳动者的合法权益为前提，而不是以走“加班致富之路”来“忽悠”广大员工。

时下，加班工作似乎成了某些企业的常态，笔者以为，破除这种现象，一则需要法律严而有力地执行，如要求企业确保员工休息时间，包括强迫员工休假，相关部门也应在监管方面跟上；二则用人单位需要加以自律，遵法用工，切莫肆意延长工作时间或肆意增加任务量；再者，劳动者对一些不法用工行为，也应当据理力争，依法说“不”。

因此，“加班赚钱”招聘启事不能仅当新闻看，相关部门应把它当做一封举报信，对这样的招聘行为或过问或叫停，不能任由“加班赚钱”逻辑戕害劳动者的合法权益。