

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



财经安徽

莫让“男性陪产假”爱在心头口难开

■ 胡津兵

时评 ShiPing



最近几年,男性陪产假是一个讨论较多的话题。尽管一些地方在地方立法中都明确了男性陪产假这一假期,但一直面临“落地难”的问题。前不久,有消息称江苏省拟立法明确男性共同育儿假,在男性陪产假的基础上增加假期。这一消息再次将男性依法请假照顾妻子、孩子这件事情推到舆论前台。(1月2日《法制日报》)

“男性陪产假”或者称“共同育儿假”有一定现实必要性。15天左右的假期虽然不算太长,但是在妻子刚刚生产完比较虚弱的那几天里,丈夫能时时陪在她身

边,既可以体现对妇女的尊重,也可以让夫妻间增加交流,使夫妻关系更加融洽,家庭更加和睦,体现社会的进步。

但目前陪产假“落地”仍面临不少困难。对于许多企业管理者而言,员工的假期多,企业承担的成本就多。老板想要省钱,员工想要多放假,这就是矛盾根源。再说,无论是在国企还是私企,很多职位都是专岗专职,女员工休产假实属不得已而为之,男性再休陪产假,一时半会儿也找不到人去顶替。另外,“男性陪产假”还没有真正上升到法律层面,因而很多企业不当一回事,员工对“陪产假”只能爱在心头口难开。

“男性陪产假”政策本来就牵涉到经济社会各个方面,计生委应该协调相关部

门,出台“陪产假”的实施细则。通过全社会的支持共同降低生育成本。当然,最重要的是,要将“男性陪产假”或者“共同育儿假”上升至法律层面。目前,很多企业管理者其实没有十分高的思想觉悟,他们不会主动给员工放陪产假。如果法律有明文规定,管理者就只能遵从。有了明确的法律规定,员工也就明正言顺地去请假了。另外,要使陪产假真正落到实处,必须有惩罚性条款予以配套保障措施。试想,如果有严格的执行保障制度,有严格的实施细则,有严格的奖惩措施,企业还会有不批假的借口吗?只有让陪产假成为硬性规定,成为真福利,才能让“男性陪产假”真正成为一件利民的实事好事。

微|声音

换新手机号 一定检查是否曾被使用

选择新号码时,务必查看有没有人用此号码绑定了支付宝、微信,在网上搜索引擎中搜索要换的新手机号,看是否被商家用作联系电话,如果是,一定别买此手机号,否则很可能频繁接到电话骚扰。
@央视新闻

拿到体检报告 这些你应该注意

①体检结果没异常,不代表身体没问题,大部分体检指标设定是根据疾病标准而非健康标准;②指标数值与参考值略有偏差,不必太紧张,短期内注意及时复查;③关注体检报告中的“临界值”,虽没到致病程度,但已处于健康边缘;④重视报告中的体检建议。
@人民日报

非|常道

李书福: 马化腾肯定天天在看我们的微信

吉利控股集团董事长李书福日前表示,现在的人几乎没有任何隐私和信息安全。“我心里就想,马化腾肯定天天在看我们的微信,因为他都可以看。”李书福认为这个问题非常大,因为很多商业秘密都被暴露在人眼前了。而微信官方表示:纯属误解!我们没有权限,也没有理由去“看你的微信”。
@中国经营报

时事|乱炖

“专著挂名”盛行,更盼职称改革

■ 李云

记者近日暗访发现,在久被诟病的“论文经济”视野之外,部分高校教师为评职称争相买图书专著“挂名”的风气逐渐兴盛。围绕着图书专著的“挂名”,从内容代写、主编挂名,到代购代销,形成一条灰色利益链。(1月2日《北京青年报》)

评职称,不仅是高校教师的宿命,也是很多事业单位从业人员的“追求”。笔者虽不是高校教师,但是身在事业单位,“评职称”仍然是“昨天、今天和明天”必须做的事。买一个“主编席位”?也许,这个念头会在很多人心里产生。涉及到个人的品德与职业道德等问题,但更关键的在于,如果不“挂名”,那么在评职称时就很容易“挂科”,年复一年,也会磨平你的锐气,让你不自觉地走“投机取巧”之路。

追根溯源,“学术GDP”推高“学术腐败CPI”。长期以来,高校职称评审追求“学术GDP”,能力考核变名额竞争。职称评审的弊端折射出“学术GDP”的诟病,而“学术GDP”变本加厉,为学术腐败“添油加醋”,并且形成恶性循环。

职称改革按下“快进键”。2017年年初,中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于深化职称制度改革的意见》,提出职称评价应摒弃从前“一刀切”的方式,提出不唯资历、不唯学历、不唯论文。教育部、人力资源和社会保障部于2017年11月13日发布《高校教师职称评审监管暂行办法》,规定高校教师职称评审权直接下放至高校,高校教师职称评审工作要“切实把师德评价放在首位”。

与其“专著挂名”,不如专注改革;买卖“主编席位”现象,鞭策职称改革的扎实推进。职称改革贵在重塑“称职学术”,重在摆脱“学术GDP”的绑架。当下,学术、学术评价、学术载体、利益挂钩……形成一条“生态链”,且处于恶性循环状态。在职称改革顶层设计的框架之下,重构学术载体的价值,或是一个切入口。对学术载体的价值“挤水分”,让其回归承载功能,剥离开“附加值”,只有让学术GDP“皮之不存”,职称评审自然“毛将焉附”。



给钱就卖 王恒/漫画

热点|冷评

“发热内衣”真的能够自动发热?

■ 苑广阔

北境凛冬已至,眼下单衣单裤已无法抵御瑟瑟寒风,而里三层外三层裹成熊又不符合当下都市人的审美追求。于是“发热内衣”横空出世,击中了很多人的“要害”,也被商家封为“过冬神器”。然而,在受到追捧的同时,追问和质疑之声也随之而来。发热内衣究竟能不能发热?它的保暖效果真的有商家说的那么神奇?(1月2日《科技日报》)

气温一降再降,保暖成了多数人的头等大事。于是,“发热内衣”横空出世,受到了众多消费者的欢迎。问题是,“发热内衣”真的能发热?按照业内专家们的说法,市场上绝大多数宣称会自己发热的内衣,都不符合科学常识,基本上是在忽悠。

热是一种能量,穿在身上的衣服要想发热,必须要有持续的能量来源。作为内衣,其能量来源只能有两个渠道,一是外部的太阳、光源等等;二是人身体所产生的热量。而内衣就是贴身穿的,这意味着市场上的“发热内衣”基本上都是利用人体释放的热量,再返还给人体,最终达到保暖的效果。

商家宣传的内衣发热功能实际上是里面的一些添加物,因为织物本身必须得是一般的纺织品纤维面料,纤维很细,加进去过多的功能材料很容易断,所以加进去的量很少,其发热的效果自然也就差强人意。而要想真正达到发热的效果,需要很多特定的条件,而衣服的性质、制作方式等等,决定了其不可能满足这些特定的条件。

看完这些,很多人可能已经明白,市场上的所谓“发热内衣”不过是商家玩的一个噱头,一种营销手段。而商家惯用的招数,就是大量使用一些拗口、生僻的科学术语,让消费者误以为其是高科技产物,真的能够达到冬季保暖的目的。然而在专家们看来,与其花高于普通数倍的价格购买“发热内衣”,还不如多穿一件普通内衣。

科技神话的背后,也可能是科技谎言,对此,消费者应该具备基本的消费理性,对商家的宣传不要偏听偏信。而国家有关部门,对商家一些无中生有、夸大其词的宣传,也要给予关注,避免其虚假宣传误导了消费者,损害了消费者的利益,也破坏了正常的市场秩序。