

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



掌上安徽
微信二维码



掌上安徽
APP客户端



星报官方微博



安徽24小时

非常道

“买房大赚”的想法已发生变化

严厉的楼市调控和资金成本大幅上升的当下，“买房大赚”的想法已经发生了变化，谨慎越来越成为主流的想法。进入金九已过半月，楼市“金九银十”明显成色不足，无论是目前开发商的动态，还是现在的整体市场成交情况，观望的氛围越来越浓厚。 @证券时报

微声音

止咳别盲目吃梨，小心越吃越厉害！

止咳，需要先了解自己是哪种咳嗽，盲目吃梨止咳，可能加重病情。梨，适用于热性咳嗽，保留皮、核熬制的梨水，可起到缓解作用；而寒性咳嗽则可用橘子皮来缓解，橘子皮、红糖、生姜熬制的饮品，是解寒咳的良药。秋天易燥，要注意多补充水分。 @人民日报

热点冷评

信用评价“进课堂”是明智之举

□罗志华

9月16日，河南省教育厅发出通知，在全省大学生、中小學生以及幼儿园儿童中广泛开展诚信教育，学生诚信教育要融入课程教学全过程，学生信用评价将与考试招生、学籍管理、学历颁发、学位授予、评选表彰等挂钩。(9月17日《郑州日报》)

针对学生开展诚信教育，是德育的一个重要方面，也是学校普遍采取的一种行动。然而，只教育不评价，只讲理论不付诸实施，也难以收到理想的效果。推出诚信教育计划，可贵之处不是教育方式与内容有多扎实，而是让信用评价走进课堂，与学生的切身利益挂上了钩。这样一来，校园诚信建设不再“光说不练”，而是形成了一套完整的校园信用管理体系。

近年来，与社会失信行为相对应的，是校园内部也出现了不少失信行为。冒名顶替、考试作弊、论文抄袭、学历造假等现象时有耳闻。校园与社会紧密相连，社会的诚信现状，会直接投射到校园里的每个角落。同样道理，校园的诚信水平如何，也会随着学生走向社会而对社会形成影响。学生是国家的未来，学生的整体诚信水平，决定着未来的社会诚信水平。再加上学生的可塑性很强，强化对学生的诚信教育，在校内构建一套科学的信用管理体系，有望收到事半功倍之效。

当然，适用于社会的信用评价与失信惩戒方式，未必就适用于校园，对于学生的失信行为或失信倾向，应以教育为主，以惩罚为辅，给予学生更多补救的机会。尤其在学籍管理等方面，更应该对失信者慎重行事。且针对不同级别的学生，也应区别对待，比如中小學生作弊或抄袭，与大学生做同样的事，社会影响及后果都迥然不同，不能适用于一个标准。

科学合理的校园信用评价，符合学生心理特征和成长规律的失信惩戒，可以将诚信教育变成学生感受得到的约束力。这种教育与实践相结合的方式，对提升校园诚信水平大有好处。信用评价进课堂，无疑是明智之举，是有益的尝试。加大校园诚信建设，让校园诚信走在前面，整个社会诚信水平必然水涨船高，获得丰厚的回报。

别让虚假收视率搞乱影视播出市场

□徐建辉



时评
Shi Ping

国家广播电视总局网站昨日发布消息，针对收视率问题的舆情和反映，国家广电总局相关负责人表示，已采取相关措施，并会同有关方面抓紧开展调查，一经查实违法违规问题，必将严肃处理。(9月17日《人民日报》)

广电总局所言的“舆情和反映”，应当是来自于一名导演的爆料与吐槽，以及众演艺界人士的声援和响应。收视率，顾名思义就是影视节目播出之后的收视量数据，它在一定程度上代表着观众对该节目的认可情况。那么，为什么会有人要在上面做手脚呢？说白了就是利益作祟。

首先，如果真如那位导演所述，为什么会有那么多电视台以及它们的“电视台购片主任”要求甚至逼迫制片方去花钱买收视率？除了电视台想以此证明自己“慧眼识珠”，并更多赢得观众的青睐以外，无外乎还是为了利益。收视率做上去了，广告商自然就来了，播出效益当然也水涨船高，而那些“购片主任”们能够指定造假公司，又怎能说他们之间没有利益勾连？

其次，虽然有不少导演对收视

率造假问题确实深恶痛绝，但是也不能排除很多影视制作人对收视率贩子是主动投怀送抱，或是臭味相投，一拍即合。

因为虽然购买收视率往往要花一集百万的“天价”，但是后期“回报”也很可观。不仅能够讨得购片方的欢心，而且只要拥有了显赫的收视率和同样造假的“好评率”，后面就可以“顺风顺水”。不但后期销售播出没有问题，而且还能卖上一个好价钱，何乐而不为呢？

由此可见，收视率造假，观众被愚弄，“良心剧”遭打压，正义片商被“割肉”，后来购片的电视台被坑，国有资产遭受流失，整个影视节目制作播出市场被搞得乌烟瘴气。在这种情况下，国家广电总局及时出手，剑指收视率造假问题，可谓正当其时，深得民心。这不仅是对业界呼声和观众民意的正面回应，也是对虚假收视率乱象的有力震慑。期待下一步广电总局能够果断“亮剑”，严查收视率造假背后的各种违法违规问题，彻底斩断寄生于影视收视率上的“利益黑链”，将那些在收视率上茹毛饮血的硕鼠们都给揪出来。

时事乱炖

对朋友圈的“私房月饼”还是慎买为上

□苑广阔

市民张女士近日向媒体反映，她在微商处购买了所谓“私房月饼”，吃完后家中三人都上吐下泻，得了急性肠胃炎。她立即向商家投诉，想要个说法，没想到却被对方拉黑。记者发现，中秋节将近，不少微商都在出售自制月饼，有些商家自己都说不清自制月饼保质期有几天。国家食药监总局工作人员也提示市民，不要购买没有食品安全监管的月饼。(9月17日《北京晨报》)

实际上，这些在朋友圈随处可见的“私房月饼”，即便真的是因为“私房”制作而拥有独特的馅料和口味，或者是因为没有添加其他物质而更加健康，但是对于卫生和安全，却不可能有太高的保障。甚至干脆说，因为制作和生产条件、环境等等的限制，这些“私房月饼”基本上没有卫生和安全保障可言。但是我们都知，对于食品而言，卫生和安全，应该是在味道、口感之上的，如果没有了卫生和安全，再好的味道和口感也不能轻易入口。

如果是正规厂家生产制作的月饼产品，出现了问题可以找对方进行索赔，要求对方承担责任，但是对于微信朋友圈的“私房月饼”，一旦发生消费纠纷后协商不成，对方把自己拉黑，那么消费者的权益将很难得到维护，只能吃哑巴亏。面对朋友圈的“月饼乱象”，连食药监部门都坦言，目前监管部门主要抽查检验具有QS食品安全准入标志、在商场和超市等流通领域的食品质量。也就是说，这种个人生产的月饼没有任何食品安全标志，不在抽检范围内。

尽管即将于明年正式实施的《电子商务法》被寄予厚望，但是一方面需要出台更为详细的司法解释，才能够更好的贯彻落实；另一方面，《电子商务法》并未提及“微商”等新兴交易模式，以后如何规定，仍是一个未知数。这也就是说，在朋友圈微商推销的商品，在被正式纳入法律的严格监管，保证产品的质量、安全之前，消费者还是谨慎购买为好，不管是“私房月饼”，还是其他商品。