

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
微信二维码



掌中安徽
APP客户端



星报官方微博



安徽24小时

非常道

马云:如果像土豪一样,那就没有意义

马云说,以前我说对钱没兴趣,网上经常笑话我。我对钱真没兴趣,但是对花钱还是有兴趣,我30多年没戴过手表,我也不戴这些东西。如果像土豪一样,那就没有意义,我现在也享受到了财富的乐趣。马云之前在谈到钱时还说,我们不要跟别人比钱,可以比别人更幸福。我们来到这个世界上,是来欣赏人生的。 @电商报

微声音

手机壁纸暴露性格

选择怎样的照片作为手机墙纸,在不知不觉中透露着你的身份:①默认背景图:工作忙、年纪大;②宠物照片:单身或独居者;③自拍:十分自信的人;④与另一半的合照:沉浸在爱情中不能自拔;⑤自己孩子的照片:初为人父母;⑥美丽的风景图:在现实生活中压力较大。 @生命时报

热点冷评

动物园开进商场 监管不能慢半拍

□ 杨玉龙

近日,杭州的王女士拨打市长热线,反映本月13日下午,她陪同4岁的儿子小宝(化名)在位于大悦城的未来动物城游玩时,小宝的右手食指被安格鲁貂咬伤。王女士认为,园区内的围挡高度过低,存在安全隐患。但园方表示园区内有多处警示字样和警示广播,要求家长看管好孩子。(1月17日《钱江晚报》)

动物咬人事件发生后,当地市场监督管理局、卫计局、农业局等依法进行介入。市场监督管理局表示,未来动物城有营业执照,不存在无证经营的情况;卫计局表示,新风系统运行正常,现场环境比较整洁;农业局动物卫生监督所表示,动物城的动物属于萌宠,只能要求园方的兽医按照自定的免疫程序对动物自行免疫,并建立档案记录。

同时,上述相关部门表示,在购物中心内开设小型动物园,这是一种“新业态”,是个新课题,目前有些情况处在法律法规的盲区。这就意味着,常态化的监管存在薄弱点。而实践表明,仅靠商家的自我监管,难以弥补安全漏洞,也就会为动物伤人埋下隐患。所以,与其在事后弥补安全漏洞,远不如在监管上先人一步。

在监管上施力,一则应加强经营合法性监管,确保商场里开设小型“动物园”,场馆能符合国家标准,卫生、防疫、安全等方面达标;二则应在卫生监督上着力,以保障商场以及周边的环境卫生,杜绝“人畜共患”的发生;三则在安全监管上施力,避免动物咬人事件的发生。当然,做好这些工作,相关部门当加强联动,做到有力、规范的监管,去除隐患。

同样,对于观赏者而言,也应该注意安全。上述新闻中的事件,如果家长监护好自己的孩子,也不至于让小宠物咬伤。而且,观赏者也应留意周边环境的安全提示,遵照规定行事,以减少受伤的概率。还有就是,当看见安全漏洞时,有必要向商家或者相关部门反映,以防范不良事故的发生。总之,安全做到位了,动物园开进商场才能行稳致远。

宽容对待酒盒印失踪儿童信息

□ 魏文彪

时评



「爱心酒」
王恒漫画

近日,重庆一家酒厂定制11万瓶酒,在包装上印上失踪儿童信息的信息引发关注。酒厂负责人称,因身边有朋友家孩子走失,所以他想到利用企业的产品来传播失踪儿童信息。负责人称,销售款均直接捐赠给中华少年儿童慈善救助基金会,保证款项透明,并不是利用这一方式来炒作。(1月17日《北京青年报》)

对于酒厂在酒盒包装上印上失踪儿童信息,有人认为该做法具有很好的示范效应,也有人质疑商家这一举动是否只是利用公益来进行炒作。对此,该酒厂负责人回应媒体记者称,印有失踪儿童信息的酒的销售款均直接捐赠给中华少年儿童慈善救助基金会,并不会进入公司的账上。既然酒厂并不经由在酒盒上印失踪儿童的信息谋利,自然也就谈不上利用公益进行炒作。

退一步说,即便酒厂此举在一定程度上含有“炒作”的用意,笔者以为实际上也无厚非。因为这种做法一方面有利于失踪儿童被找到,有利于

促进公益;另一方面,这种“炒作”也不具有任何的社会危害性。即便这些酒品牌知名度因此获得提升,经由正当与正义之举获得提高品牌知名度的效应,亦属利人利己之事。

丢失孩子对于家人的打击来说,可以说是“致命性”的,绝大多数丢失孩子的父母的人生轨迹,都会因为遭受这一重创而发生重大的改变。而发生儿童失踪事件后,一方面需要公安机关与民政部门等政府机关积极发挥作用,尽力帮助丢失孩子的民众尽快找到孩子,同时也需要社会各界伸出援手,尽自己的力量帮助丢失孩子的父母尽快找到孩子。

正因为如此,对于类似酒厂在酒盒上印上失踪儿童信息的做法,还是不要动辄怀疑其动机,简单视作为“炒作”,而应当少一些质疑,多一些鼓励与支持。同时,期待更多的企业与个人通过各种方式扩大寻找失踪儿童的途径,帮助更多丢失孩子的民众能够尽快找回孩子,令其能够及早亲人相认,幸福团聚。

时事乱炖

购买非遗产品获补贴值得期待

□ 殷建光

昨日上午,《北京市非物质文化遗产条例(草案)》(以下简称“条例草案”)提交北京市十五届人大二次会议审议,并将于1月20日上午表决。条例草案支持非遗“进社区”“进校园”,拟通过补贴消费等方式,引导消费者购买、体验非遗产品和服务。(1月17日《新京报》)

用法律保护发展非遗文化,能够让非遗文化的发展走上法制轨道,能够告别一阵风,打造保护常态,发展永远,这是让非遗文化生生不息的法制保障;通过补贴消费等方式引导购买、体验非遗产品和服务,是激活非遗文化市场,打造市场繁荣动力,能够助力非遗文化走上自我发展的良性循环之路。

保护非遗文化是为了保住我们的民族之魂,文化之根;发展非遗文化是为了传承创新,让非遗文化成为我们今天拼搏新时代、奋斗新征程的精神力量、智慧能量。但是,随着时代的变迁、人们思想的变化,人们对非遗文化产品的消费潜在需求常常被现代商品的花里胡哨遮盖。这个时

候,如果我们推出消费补贴的方式,那么,就能够调动起人们对非遗文化产品的消费积极性,让潜在的消费潜力爆发,让非遗文化产品的市场逐渐火爆起来。市场有一个非常奇妙的现象,就是跟风效应,越有人买,买的人越多,卖的人越多,新产品的开发越多。我们就是要通过消费补贴的方式,打造这个市场的奇妙效应,让非遗文化产品火起来,助力非遗文化产业壮大起来。

非物质文化遗产是历史留给我们的宝贵精神财富,在这个宝贵精神财富里,有我们中华民族的文化智慧基因,有我们打造今天和明天中华民族独特强大竞争力的力量源泉。越是民族的,越是世界的;越是自己的,越是有强大竞争力的。保护和非遗文化功在当代,利在千秋。通过消费补贴的方式刺激消费、激活市场,消费者欢迎,满足了潜在的根深蒂固的文化需求;传承者欢迎,增加收入、获得动力;新时代欢迎,精彩文化,打造精神能量、智慧动力,为新时代创造更大奇迹输入“中国滋养”。