

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



《安徽画报》微信



掌中安徽  
微信二维码



掌中安徽  
APP客户端



星报官方微博

## 非常道

### 人口普查将纳入查房 专家: 或为征收房地产税提供数据支撑

2020年,我国将迎来第七次全国人口普查,将彻查人口出生变动情况以及房屋情况。专家认为,这将对房地产税征缴提供必要的的数据支撑。“本次人口普查不同于以往,除了人口外还要进行房屋普查,这意味着普查结果很可能将会给房地产税的推行提供参考。”@证券日报

## 微声音

### 最新研究表明:大量使用雄性小白鼠 做实验影响女性用药

近日,《科学》杂志的一项研究称,几十年来神经科学研究倾向于使用雄性小鼠或者其他实验动物,这是受到刻板印象的影响,认为男性的思维更理性有序。神经科学研究中,雄性实验动物的数量超过雌性,比例接近6:1,而这种实验对象的选择影响了女性患者用药。研究者呼吁科学家关注这个问题。@界面

## 热点冷评

### “人才流失预警” 是个人信息裸奔的缩影

□ 木须虫

“我觉得隐私受到了侵犯。”在上海一家金融公司担任客户经理的孙先生告诉记者,当他在求职网站上更新了简历,隔天就被公司的人事部门叫去询问离职一事。记者了解到,孙先生所在的公司是通过第三方平台提供的“人才流失预警机制”功能从而掌握了员工动向。(6月4日《工人日报》)

简历更新被监控,手段上可能涉嫌侵犯个人信息隐私,但又与传统的个人信息泄露、买卖有很大的区别。求职者放在求职网的简历,其信息是开放的,而非定向的,目的是实现求职与聘用最大化的匹配,这也决定了任何人获取这些信息都不会构成侵犯个人信息行为。然而,关键的问题在于如何使用这些信息,如果是用人单位聘用备选,显然是劳动者所乐见,而如果像“人才流失预警机制”,第三平台通过采集用以赢利、劳动用人单位用以监控员工,显然就超出了合理的边界。

网络深刻融入生活,同时也在深刻地影响着社会秩序,特别是个人信息安全正在失去传统物理性的天然屏障,变得越来越无险可守,个案即是典型的缩影。它所带来的不只是表层上隐私权利的困扰,也带来社会生活各方面关系中最根本最起码信任的冲击,也意味着每个人都将是受害者,也必然是施害者。

这也要求针对个人信息安全的保护是多层次、普遍性、网络化的体系,除了传统意义上采集和持有个人信息者要严格遵守保密责任之外,针对开放性的个人信息的收集与运用也应进一步厘清边界、设置禁区,在行为上予以禁止,如个案类型针对明确主体的信息收集与运用尤其是商业运用必须被禁止,同时要针对信息大数据分析成果运用设置负面清单,用以违法犯罪、违背公序良俗、影响公平竞争等一律予以禁止,从根本上维护目的的正义性,给商家、机构划出清晰的红线,例如用人单位通过购买针对员工的相关信息来满足监控的目的,就有违目的的正义性。

期待着针对性的专门立法加快步伐,从各个层面给信息安全设置篱笆,筑牢社会关系屏障。

## 儿童疫苗本不应现商业广告

□ 王丽美

时评  
Shaping

连日来,记者调查发现,在郑州疾控部门发放的疫苗本中,都夹杂着奶粉、儿童药品等各类商业广告。甚至有微商在朋友圈推介背后的电商平台炫耀称,因为是政府重点支持和发展的企业,其广告才会登上疫苗本。(6月4日《东方今报》)

我国实行有计划的预防接种制度,对儿童实行预防接种证制度,疫苗本是儿童预防接种史的记录凭证,儿童出生后,第一次接种疫苗都要领取该证。根据规定,所有儿童入托、入学时,都要查验预防接种证,丢失了还要及时补办,其重要性和权威性不言而喻。商业广告登上疫苗本,让人瞠目。

建立和管理儿童预防接种证是法律赋予卫生、疾控部门的职责。这就使得疫苗本上的广告有了“官方认证”的色彩,也难怪成为微商在朋友圈吹嘘的资本:因为是政府重点支持和发展的企业,其广告才会登上疫苗本。

这无形中将会扩大这些商业广告的宣传效果,使不明底细的普通民众容易误听误信。

疫苗本是事关儿童健康安全的证件,是政府给孩子们提供的一种健康保障,疫苗本上出现商业广告,明显失当:其一,药品类的广告发布有着严格的法律规定。而这些商业广告五花八门,其中小儿药品堂而皇之地在政府印制、管理的疫苗本上任意出没,很容易让人陷入政府部门见钱眼开、带头违规的遐想,影响政府形象;其二,对老百姓、消费者都是一个误导。倘若广告失实,消费者因此掉入广告陷阱,甚至不法商家制假售假,造成大面积伤害,政府部门是否应该承担相应的连带责任?其三,广告多、时间长,广告收入去向何方也是一个不可小觑的问题,要进行专项审计,不能任由有关部门、人员将其变为说不清、道不明的糊涂账。

对此,当地政府不可忽视个中危害,应立即采取相关措施自查自纠,尽快销毁类似证件和文本,杜绝类似情况再次发生,尽快消除不利影响,对违规商业广告行为进行清理和追责,切实让商业广告蚕食政府公信力。

## 时事乱炖

### 别让“全勤奖”沦为诱人“画饼”

□ 李肖容

“不行,去不了,眼看就月末了,发烧我都没请假,就是为了能拿全勤奖……”5月底,刘冬冬的几个好朋友计划请假去外地游玩,提前避开端午小长假。虽机会难得,但一想到1个月以来自己为拿全勤奖所做的“牺牲”,她最终决定放弃请假。(6月4日《工人日报》)

设置“全勤奖”,本无可非议。问题是“全勤奖江湖”水太深,用种种“附加条件”没商量。员工平时的法定假日正常休假,也被列为“缺勤”,加班也不多发钱,迟到要被罚钱,“迟到1次全勤奖全无,3次按旷工1天处理,扣3天工资,5次以上除了罚钱,严重者还会被辞退。”种种霸王条款,让“全勤奖”成为大多数员工不可能享受到的“墙上画饼”,员工就算是机器人也有停摆“犯错”的时候,不仅想拿到“全勤奖”比登天还难,而且“全勤奖”这个诱人的“怪物”,还成为损害员工合法权益和切身利益的杀手锏。

“全勤奖”江湖水太深,是企业“周扒皮”心态,有意弄个“大画饼”来吊你胃口,设个圈套,让员工往里钻。可怜的员工,为了几个“全勤奖”,不得不全身心投入,一天假也舍不得休。即使如此,员工一不小心,没有按照企业霸王条款去工作,随时会被“全勤奖”淘汰出局,弄得个“白茫茫大地真干净”。员工与



“奔头” 王恒/漫画

“全勤奖”无缘不说,没打着黄鼠狼却惹得一身骚,许多加班都是白忙活——梁山军师吴用。

歌德有句名言:“不管是奖励人,还是关心人,必须把人当人看。”奖励不在大小,关键要在用心,心诚则灵。现代企业管理之要在于以人为本的人性化管理和人格魅力的生发。亚当斯密在《道德情操论》中从人类的情感出发,讨论了善恶、美丑、正义、责任等一系列概念,告诉了我们在这个物质的时代,如何来平衡商业经济与道德的天平。感怀这样的人文情怀,那我们在做任何事、说任何话时都会散发出芬芳的善意。古往多少事,都蕴含一个简单的道理:赏识导致成功,奖励贵在用心。敬业先敬人,才能提升“敬业度”。