

安徽人的生活指南

非常道

张文宏称精准防控将成常态

张文宏医生谈及北京疫情称:好消息是所有病例都与新发地市场有关,没有看到无传播途径的病例,说明防控处于疾病扩散的早期。按照目前的处置力度与速度,这场疫情可控。坏消息是新发地市场的吞吐量惊人,后续是否会出现新的爆发点现在不可知。今天北京所做的精准防控,及时处置,不影响全局的防控策略,应该是今后全国各地防控的常态。@财经网

微声音

喝茶刮油是种错觉

茶叶含有咖啡因、茶碱和可可碱等复杂成分,能显著刺激胃酸分泌,促进胃动力,这个过程有助食物消化,使人产生消脂解腻或饿得更快的感觉。不过,不管是“消脂解腻”还是“饿”,都无法“刮油”,因为你吃下去的脂肪不会因为喝茶而减少。普洱茶和红茶刺激胃酸分泌的作用更强,因此喝普洱茶更容易饿。@生命时报

热点冷评

医美App莫成为害人的“小妖精”

□ 刘宝庆

众多定位为“社区+点评+团购”的医美平台,原本是从提供咨询、服务用户的立场出发,打造以内容创作、社群参与以及线上预订为主的商业模式,吸引用户和医美机构,弥合供需两端的信息鸿沟。然而,不少用户表示,一旦进入医美App便成了商家“精准围猎”的目标,所有浏览内容都与商业紧紧绑定。(6月15日《新华每日电讯》)

眼下,我国医美市场规模巨大,然而,监管还是滞后的。一方面,营销手段“难看”,对消费者生拉硬拽,强制“洗脑”。正如媒体报道,平台里铺天盖地的美女扑面而来,什么“离婚妇女整容改变命运”,什么“成功换头成人生赢家”,如此等等,片面夸大医美效果的标题,极具煽动性。

另一方面,职业道德缺失,泄露用户隐私。一些医美App平台,服务好顾客后,又做起了出卖用户信息的业务,从中谋求不正当利益。正如有些用户吐槽的那样,在医美平台上随便浏览几个帖子,立即就会收到数家医美机构的私信,甚至还会接到线下商家电话,营销攻势强劲。可以说,用了医美App,就等于打开了让医美机构来骚扰你的大门,让用户苦不堪言。

为什么医美App成了“美丽陷阱”和坑人的“小妖精”,说到底,还是准入门槛低,管理不到位。一方面是市场的快速发展,一方面是有资质的机构少、医师少,导致行业发展与医疗机构的不匹配,出现了严重的断档问题。

彻底拴住医美App这个坑人的“小妖精”,还得让其戴上“紧箍咒”,走正道。首先,尽快出台行业规范,目前医美App还处在野蛮生长阶段,已沦为坑人的害人精。没有规矩不成方圆,只有出台行业规范,让其尽早走上规范化的轨道。其次,相关部门要加强监管,在当下,相关部门可以依据《医疗机构管理条例》进行监管,对那些严重违规的医美App该叫停的要叫停,不要再让其害人了。

儿童零食出台标准 让人放心吃

□ 徐建辉

时评

6月15日,由中国副食流通协会等联合发布的《儿童零食通用要求》团体标准正式实施,对儿童零食营养健康和安全性等方面进行了系统规定。这是我国第一个关于零食的专门标准,也是首个关于儿童零食的标准。(6月15日中国新闻网)

当前存在于儿童零食产品上一个突出的问题便是缺少专门的安全生产标准,这就意味着,市场上大多数“儿童专用”食品,其实并没有针对儿童需求进行生产。这其实是非常大的隐患。仅以许多家长深恶痛绝的食品添加剂为例,据叮芒研究院统计,儿童零食中53.8%的奶制品零食都含有食品添加剂,23.1%的饼干类零食中含有食品添加剂。

除了乱添加问题,当前市面上许多面向儿童销售的零食还不同程度地存在高油、高盐、高糖等诸多问题,这些都直接威胁到了少年儿童的正常发育成长,并且引发了肥胖性、性早熟等各种各样的儿童健康问题。

现在,我国第一个关于儿童零食的团体标准终于落地。6月15日正式实施的《儿童零食通用要求》,对儿童零食的原料要求、感官、营养成分、微生物指标、食品添加剂等做出了明确规定。它将儿童按照年龄分为两个阶段:3至6岁(60个月以内)为学龄前儿童;6至12岁为学龄儿童。根据不同年龄段儿童的生长特征,确定了不同的重点营养素需求。

此外,这一标准还提出了儿童零食所使用油脂不应含有反式脂肪酸,不能使用经辐照处理的原料,少添加糖、盐、油,规定氯化钠、蔗糖、脂肪的限值,产品的组织形态不能有明显尖锐突出物,产品口感不崩牙等禁止性要求。

由此可见,这部标准的出台,填补了行业空白,解决了儿童食品安全质量标准从无到有的问题。这是广大家长和孩子们期待已久的“及时雨”,也为儿童健康成长撑起了一把制度的保护伞。希望这一团体标准在施行后能够得到认真执行,并能进一步推动具有更强效力的国家标准的出台。

时事乱炖

别让“治眼神器”成“治眼凶器”

□ 杨玉龙

“孩子上学期视力还是5.0,现在只有4.6了。”近期,多地眼科门诊中小学生就诊人数明显增加,其中不少孩子视力下降甚至出现近视症状,导致家长焦虑。有商家借机推出各类视力矫正产品,宣称能提高视力、摘掉“小眼镜”。记者调查发现,其中部分产品效果不实、资质不明、价格过高,有些还存在损伤孩子视力健康风险。(6月15日《新华每日电讯》)

市面上出现的“花式治眼”与“治眼神器”,很可能是不靠谱的。比如,据专家介绍,在电商平台推销话术中被包装成权威理论的“贝茨理论”,其实与近视治疗技术并无直接关系。“太阳能量灸”对降低真性近视没有效果。“6D”“8D”等貌似“高大上”的技术无非是为使用者制造一种“望远”的视觉环境,效果与抬头远看差不多。

一方面是商家宣传的高大上、新奇特的“花式治眼”与“治眼神器”,而另一方面却实际成效不咋地,甚至更会给青少年带来一定伤害,在一定程度上反映出市场乱象。于此,笔者认为,对此应强化监管执法,比如,涉嫌虚假宣传的应拿出切实可行的惩治措施;还如,对于不靠谱的“治眼神器”更须依法下架处置。同时,也有必要强化消费警示。

从消费者角度来讲,应该增强相关知识的学习。应该认识到,在目前



医疗技术条件下,近视不能彻底治愈。根据要求,从事儿童青少年近视矫正的机构或个人不得在开展近视矫正对外宣传中使用“康复”“恢复”“降低度数”“近视治愈”“近视克星”等表述误导近视儿童青少年和家长。于此,消费者对于商家的宣传及产品,切莫盲目信任与尝试。

与净化市场同样重要的是,要从保护好孩子的眼睛入手。用眼不健康,导致孩子视力下降甚至近视,对孩子来说,是影响其一生的大事。与其事后弥补,远不如事前防范。比如,专家就建议,学龄前儿童一天最多看半小时电子屏幕,小学生每天最多看40分钟,调整房间光线亮度、屏幕对比度以缓解眼睛疲劳……这些理应引起家长和学校的重视。

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 APP客户端



星报官方微博