

2021年9月22日
星期三
星级编辑/蔡富根
组版/李静
校对/刘军

市场星报

出版单位 市场星报社
地址 合肥市黄山路599号
时代数码港24楼



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



市场星报电子版
www.scxb.com.cn
安徽财经网
www.ahcaijing.com
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 合肥安博印务有限公司
地址 合肥市新站区物流路以南
板桥河以东
电话 0551-64278186

星报传媒
全媒体矩阵



官方微信



《安徽画报》微信



掌上安徽APP



官方微博

烟盒警示信息更进一步又何妨？

苑广阔

时评
Shi Ping

9月17日，针对网友“在烟盒包装上增加警示图片”的建议，国家烟草专卖局回复表示，将继续加强卷烟包装警示研究，进一步做好烟草控制工作。（9月20日澎湃新闻）

网友提出的建议或者说诉求，是在当前的烟盒包装上印制警示图片，而国家烟草专卖局的回复，则是继续加强卷烟包装警示研究。换句话说，国家烟草专卖局回避了网友的这一诉求，而且“委婉”地拒绝了网友的建议。而拒绝的理由，则是现在烟盒上的警示信息，已经让警示效果得到了明显提高。

按照控烟专家的说法，在烟盒上印制具有强烈视觉冲击的警示图片，是向公众宣传烟草危害最直接、最经济、最有效的手段之一，如果真心要控烟，就不应该拒绝这样的建议。与此同时，世界上很多国家，已经采取图文并茂的方式来作为烟盒的包装，以达到警示的作用。比如把吸烟熏黑

的肺、因为吸烟而导致的焦黄的牙齿，以及惊悚的骷髅头图案等等，搬上了烟盒，起到了很好的警示效果。所以从加强控烟、追求控烟效果的角度来说，我们理应与国际接轨才行。

我们要承认，毕竟和以前相比，现在绝大多数烟草制品的包装上，都有了类似“吸烟有害健康”“尽早戒烟有益健康”等警示文字，而且在烟盒的颜色、字体、设计上也朴素了很多，减少了对潜在的烟草消费者的诱惑力度，这是值得肯定的。

问题是既然在烟盒上印制警示文字、图片等警示信息，最终的目的是劝导更多人远离烟草制品，那么我们自然要选择效果更好的方式，而不是明明有效果更好的方式，我们却拒绝选择，然后满足于现在这种劝导效果不好的警示方式。正如中国疾病预防控制中心原副主任，控烟办公室原主任杨功焕接受记者采访时所表示的那样，烟草业始终都反对图形警示上烟包，担心会影响烟草业的利润。

担心影响烟草行业的利润，却不担心



有图有真相 王恒/漫画

吸食烟草制品影响公众的健康，这首先是企业乃至整个行业缺乏社会责任感的体现。而要想从根本上解决问题，既不能只依靠某个网友的呼吁或建议，也不能单纯依靠烟草企业和行业的自觉自律，而只能依靠法律制度的完善，让烟盒上印制警示图案，成为法律的一种强制要求。

时事乱炖

“豪华月饼”反映出了什么？

张国栋

中秋时节，记者调查发现，尽管近年来平价月饼成为主流，但在一些星级酒店和电商平台上，仍在售卖标价千元以上的月饼，一些礼盒包装豪华，一小块月饼包装能有六层。有销售人员坦言，这类月饼礼盒多用于送礼，甚至不少流向领导干部的餐桌。（9月20日《新华每日电讯》）

销售人员的坦言，无疑道出了不少豪华月饼的“真谛”，即并非“消费者”自个儿“消费”，而主要是用来“送礼”。月饼，是千百年来富有丰富文化内涵的节日食品，寻常百姓皆可享用。但如今，一些人为了名和利，不仅让月饼穿上“马甲”，被迫成了“掮客”，在“变味”的路上越走越

远，同时更反映出了一些值得重视的现实问题。

一方面，反映出了新型腐败的隐蔽性。我们看到，逢年过节，除了“豪华月饼”，各种“天价”物品也是轮番登场，销售火爆。可惜的是，这并非是在反映市场经济的繁荣，而是成为一些人趁机输送利益的“载体”，是一种怪胎。商人渴望获得权力庇护，能左右市场资源配置；下属希望获得领导垂青，得到关照和升迁。一部分人对于“送礼”的钻研，甚至衍生出庞大的“礼品经济”，严重异化了人情交往，更腐蚀了一批干部。

另一方面，反映出了传统节日仍是“四

风”问题高发期。送礼是人际交往中存在的一种客观现象，但若走向了过度包装和变相送礼行贿，就说明廉洁制度建设仍存漏洞，应继续完善相关法律法规，如行政许可法等相关法律在法定权限范围、条件和程序等方面的规定有待进一步细化和清晰，以挤压送礼行贿空间。此外，还可探索设置和界定收受礼品的价值上限，超过一定价值予以追究。

有必要补充的是，“豪华月饼”其实也是一封举报信，顺藤摸瓜，纪检部门也要有所作为。只有多管齐下，久久为功，才能让节假日等重要节点的反“四风”走出纸面，付诸现实。

热点冷评

网红书店有“颜值”还须有“素养”

汪昌莲

独具一格的装修设计，别出心裁的图书陈列，还能喝咖啡、品美食，甚至引入了当下火热的“剧本杀”……时下，一批爆款网红书店不断涌现。褪去精致的外壳，网红书店怎样才能真正俘获消费者内心？网红书店红得快，如何才能红得久？（9月21日《经济日报》）

伴随新一轮消费升级，近两年，各种设计美轮美奂的实体书店似乎又纷纷兴起。它们当中，有些成为游客们打卡必去的景点，有些成为公众号和朋友圈的“网红”。然而，装修的华丽转身，真的能够带来实体书店的复兴吗？答案是否定的。一些实体书店拼“颜值”，空间设计上豪华新潮，却陷入“叫好不叫座”的尴尬境地。特别是，人们进入这些“网红书店”，书不再是重点，拍照才是，图书已沦为拍照的“道具”，而书店则成为人们点缀虚拟社交的一种娱乐消费品。

对于实体书店来说，这些年的日子实在是不太好过。高昂的经营成本，凶

猛的电商大战，消失的阅读人群，依旧是实体书店头上的大山。特别是，网络书店的低价营销，让实体书店难以招架。《2020中国图书零售市场报告》显示，2020年中国图书零售市场码洋规模首次出现负增长。至于一些“网红书店”，除了吸引眼球之外，并无实质性的转变，反而增加了成本。相比之下，合肥等城市推出“共享书店”经营模式，倡导市民共享阅读，为实体书店转型突围，提供了一个可研范本。

事实上，与网上书店相比，实体书店的优势在于能给读者带来阅读体验，与读者深度交流。不管书店“颜值”有多高，如果没有系列读书活动，没有丰富的读书体验，也会失去吸引力。

可见，网红书店，不能只有“颜值”，还须有“素养”，否则，难以持久红。应通过创新经营模式，吸引更多的年轻人走进书店，提高实体书店的市场竞争力，推动书店焕发新的活力。

非常道

自我提升的三把钥匙： 自知，自省，自律

比仰望别人更有意义的，是提升自己。掌握好这三把“钥匙”，便可不断成长，日臻完善。

第一把钥匙：自知。自知，才能自救，自强，才能更好地发展自我，超越自我。

第二把钥匙：自省。自省，是成长的开始，也是成就人生的良方。

第三把钥匙：自律。自律，是掌控生活的前提。
@新华社

微声音

“因为自己淋过雨， 所以总想替别人撑把伞”

一个人只有心里装得下别人，有换位思考的品质，才能真正做到慷慨施予。用推及己人的温暖化解身边的悲伤，是最难得的善良。“因为替你撑过伞，我才知道这世界可以如此美好”，照亮别人，亦是成全自己。
@人民日报