

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

宗庆后称一夜暴富的时代过去了，要脚踏实地创造财富

日前，娃哈哈集团董事长兼总经理宗庆后表示，现在一夜暴富的时代已过去了，要创造财富只能脚踏实地一步一个脚印地去干。“有人说实体经济太累难赚钱，但我认为虚拟经济钱来得快去得亦快，因为它本身就是虚拟的；做实体经济制造业确实辛苦点，利润薄点，但做得好利润亦是比较丰厚的。” @浙江新闻

微声音

60%的疾病都能自愈！这些病别吃药了

生病了，你第一件事想到的是什么？大部分人首先想到去医院、跑药店，以为只有这样才能“药到病除”。其实，“自愈力”才是最好的医生：人体有你想不到的强大自愈力，60%~70%的疾病都能够自愈。 @生命时报

热点冷评

又到一年品蟹时 别让蟹券成“诈券”

□ 徐建辉

近年来，大闸蟹礼品券已然成为一种送礼方式，在亲朋好友、公司客户之间广为流传。“螃蟹券”预售，要等到大闸蟹上市才能完成交易，这在业界称之为“纸螃蟹”。数据显示，从2016年开始，三年来大闸蟹销售额呈现出翻倍增长的态势，2018年销售额同比增长超过140%。(9月23日《华西都市报》)

大闸蟹受到热捧，市场炙手可热，蟹券自然也就应运而生。因为实体螃蟹上市时间不确定，且不易保存，而蟹券的出现刚好解决了这一问题。消费者不仅可以随时随地购买蟹券，提前锁定还在湖里生长的螃蟹，而且也不用考虑保存问题，并且拿来馈赠亲友也很方便。

例如在今年中秋节，各地大闸蟹却并没有到上市时间，不过没关系，有蟹券这种“纸螃蟹”即可。没有螃蟹拎着，人们完全可以拿上各式各样的蟹券去走亲访友。既体面，又顺手，而且价格也很实惠，何乐而不为？

另一方面对于商家来说，蟹券这种预售形式也有很多显著的好处。例如它可以帮助商家提前锁定市场与客户，确保上市后的销路，还能够预先回笼资金，接下来进销流转几乎不用再花一分本钱，还有比这更好的吗？

这样一来，蟹券的流行与风靡也就是顺理成章的事情了。但是问题的关键在于，那些花花绿绿的蟹券实际上并不如看上去那么美，搞不好吃不到好蟹还会被蟹腿给扎着。事实上，当下蟹券市场除了常见的缺斤短两、名实不符等猫腻外，至少还存在以下“三宗罪”：一是价格虚标，虚假宣传；二是分型混乱，缺少标准；三是冒充产地，欺诈骗售。

显而易见，大闸蟹不应是“套路蟹”，蟹券更不能成为“中看不中用”、口惠实不至的“诈券”，蟹券乱象是到了该整治的时候了。对此，监管部门要强力介入，严加整治，对蟹券营销行为进行规范，商家要自律，争当诚信大商，消费者也要擦亮眼睛，少受蒙蔽，对于无良商家的欺诈骗行为敢于追讨、勇于较真。各方一起努力，让蟹券回归真实。

“悬赏寻猫”诺而失信撕裂人际信任

□ 房清江



画饼 王恒/漫画

9月22日下午，家住杭州留下某小区的周先生给记者发来一条爆料微信。当时住小区13幢的一位业主发布了一条寻猫启事，说自己养的一只猫丢了，愿意给提供线索的热心人10000元作为酬谢。后猫被同小区“牛妈”发现，经过失主确认，就是她家走失的猫。22日，发现猫咪的业主“牛妈”在群里发消息，指责失主拒绝支付“赏金”，有失信用。(9月23日《钱江晚报》)

基于常理对待此类寻物，寻得者大多会拒绝高额的酬谢，但前提是失主需要主动表达诚意，给予拾得者应有的尊重以及展示高姿态拒绝的机会。报道亦显示，“牛妈”在失主登门感谢时，本无意要她们一万元的酬劳，只是失主对“悬赏”一事只字不提，让其感到惊讶甚至有被忽悠的恶感。显然，这不是钱的事，关乎是否被尊重。

然而，这还不是终点，为了应对“牛妈”的“索赏”，小区宠物群网友居然唆使失主作假，谎称这10000元酬金给了别人。然而，相关的言论，又被网友截图发布到了小区业主群。爆料人周先生是因为感到很不是滋味而报了料。

很显然，一个人的失信，触发了

整体诚信的“多米诺”，宠物群的网友唆使作假，折射出利益面前诚信信仰的失血与迷失，扩大到业主群，毫无疑问是对小区人际信任深深的撕裂。

诺而不践暴露的是个人品德污损，“悬赏”不兑现，失信于众，无异于拿“诚信”当诱饵，自然是对良善的戏耍。如果当初“悬赏万元”寻猫只是情急的冲动，抱以足够的诚意，放下身段，与寻得者协商，相信会取得人家的谅解。再回到当初，猫丢了在小区发布寻猫公告，邻居发现了自然会告知，这不过是举手之劳，相信有没有明确的酬谢，效果都是差不多的。换言之，寻猫本用不着“悬赏”，邻里互助把猫找回来，还会是一桩美谈，带来邻里关系的改善。而“悬赏万元”除了表示心情急切之外，潜意识里又到底有没有互信之心的缺失呢？道德不拒功利，但迷失在唯功利中，只会让道德的信任千疮百孔。

时事乱炖

治理广告牌脱落要从源头抓起

□ 徐曙光

9月10日，内环路农资市场入口处一块广告布突然从高处落下，所幸没有伤到行人。为彻底排除安全隐患，9月13日，苜荬社区联合农资市场管理方，请来高空作业人员将存在安全隐患的广告牌从外墙上取了下来。(9月23日《遵义日报》)

由此联想到，如今漫步城市街头，各种各样的商业广告牌琳琅满目，五花八门。之前，也看到过类似城市街头广告牌脱落伤及路人的报道，造成无辜行人遭殃。在有些城市，由于一些广告牌年久未及及时更换或拆除，存在着一定的安全隐患，特别是夏秋季节雨水多，并时常伴有台风等极端恶劣天气，强降雨和大风吹刮，更容易造成一些原本就不太牢固的广告牌随时会出现脱落现象，而一旦不慎掉落砸到路人，后果真是不堪设想。

另外，一些商店广告牌在设计安装时就超大超重，无疑给建筑物自身增加了额外的负担，一幅幅广告牌成了悬挂在城市上空的“定时炸弹”，说不定什么时候或哪一天掉入就会伤及无辜行人。据了解，

《民法通则》第一百二十六条规定：建筑物或者其他设施以及建筑物上的搁置物、悬挂物发生倒塌、脱落、坠落造成他人损害的，它的所有人或者管理人应当承担民事责任。依据过错推定原则，一旦店招砸伤路人，店家将承担不可推卸的责任。

笔者认为，要减少和杜绝广告牌脱落伤及路人的悲剧不再重演，首先要从源头抓起，有关部门要在广告牌安装过程中严格把关，对不合理或超重超宽的广告牌一律不准其安装使用，作为店家也要经常检查检查各自的广告牌是否安全牢固。而作为城市管理部门和社区，更要加大对城市街头以及大街小巷的各类大小广告牌和店招店牌的检查和巡查力度，及时消除各类安全隐患，而对于检查过程中发现的安装不合理、超重超宽超负荷的招牌要及时督促商家予以拆除或者更换，将安全隐患消灭在萌芽状态，让每一户店铺和商家文明规范安装使用广告牌和店招店牌，从而确保城市公共安全。