

2021年9月30日
星期四
星级编辑/蔡富根
组版/方芳
校对/刘洁

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



【安徽商报】微博



掌中安徽APP



官方微博

别被“抗幽牙膏”收割“智商税”了

苑广阔

我国是幽门螺杆菌高感染国家,有数据显示成人感染率约为50%。记者近日采访发现,号称能抑制甚至杀灭幽门螺杆菌的“抗幽牙膏”正悄悄走红网络。而很多购买使用“抗幽牙膏”的消费者,却大呼上当,直言被收割了“智商税”。(9月29日新华社)

幽门螺杆菌是一种致病菌,与人罹患胃炎、胃溃疡、胃癌等都有着密切的关系,而且它可以通过饮食等途径在不同的人之间进行传播。伴随着公众健康意识的提升,越来越多人开始注重幽门螺杆菌的检测和杀菌工作。而市面上的所谓“抗幽牙膏”显然抓住了消费者的这种心理,宣称可以通过刷牙杀灭人体内的幽门螺杆菌,因此受到了很多消费者的青睐。

但是在消化科医生看来,所谓的“抗幽牙膏”,完全就是一种忽悠,是在收割消费者的“智商税”。一方面,幽门螺杆菌主

要存在于人的胃里,治疗重点也是杀灭胃内细菌,通常是使用包括两种抗生素在内的四联药物,需连续服药14天,才有可能根除,仅靠刷牙来治疗幽门螺杆菌是不可行的。另一方面,幽门螺杆菌也有可能存在于口腔的唾液和牙菌斑里,但即便牙膏可以对口腔的幽门螺杆菌起到抑制作用,它对胃里的幽门螺杆菌也没有作用,治疗幽门螺杆菌仍然需要吃药。

人体内的幽门螺杆菌超过标准,这是一种病,需要正规的治疗,但是一些企业商家却把牙膏标榜成可以治疗幽门螺杆菌的药物,这是把日用品当药品来卖,是一种明显的违规行为。网售的很多“抗幽牙膏”都标示“械字号”“医用级”。但是根据今年新实施的《化妆品监督管理条例》,牙膏应参照普通化妆品的规定进行管理,即按“妆字号”备案,而按照医疗器械来备案的“械字号”产品就不能说是牙膏,即不存在所谓的“械字号牙膏”。

针对“抗幽牙膏”忽悠消费者、规避监管等乱象,关键还是需进一步加强行业监



交“智商税” 王恒/漫画

管,规范广告行为,同时加大科普力度,引导消费者科学消费,不要被企业商家的营销噱头迷了眼。

时事乱炖 设立育儿假后续政策配套是关键

木须虫

近日,多地探索“育儿假”的新进展在网上引发关注。其中,贵州《贵州省人口与计划生育条例修正案(草案)》提请审议,拟设立父母育儿假,3周岁以下婴幼儿的父母双方每年享受育儿假各10天。(9月29日《北京青年报》)

设立育儿假,对鼓励生育和分担育儿的家庭负担都有积极意义,是完善生育政策的有益举措。不过,但凡假期都与劳动权益密不可分,是现实的经济问题。休假难由来已久,其困局的核心问题还是现实的用人负担,这也意味着设立“育儿假”如果不能相应减轻用人单位的负担,同样会

踏已有一些权益性休假的覆辙,沦为画饼。

受到人口生育政策调整的影响,近两年以来不少地方先后通过立法设立了“育儿假”,总的来看,对假期的长短、休假的对象等规定有所区别,但有两点都是相同的,一是“鼓励”,二是“用人单位给予”,这都会导致了制度本身的效力偏软,同时,进一步增加了用人单位的生育保障,都会给制度执行带来难度。

育儿假虽然切中了为人父母的时间痛点,但时间痛点背后,是个体精力与体力的再分配,是企业成本与用人的再平衡,是社会福利与压力的再试探。显然,并不是简

单立法给几天假那么简单,更深层次还是涉及到国家、家庭以及用人单位各个方面的责任与义务。因此,保证育儿假能够真正成为普惠的生育福利,还需要对育儿假作出准确定义,明确落实的方式,明确国家、地方、家庭以及用人单位责任分摊的方式等等。

总之,落实育儿假,立法设假是第一步,但后续政策配套共做“福利蛋糕”才是关键,蛋糕可以不大,相应地可以量力而行、谨慎而为,如休假可由短而长,但政府真金白银的投入、社会共担、家庭分摊不可或缺,共担共济才能最终实现育儿假福利共享。

热点冷评

给“神药”带货的“病媛”得治

孔德淇

继“佛媛”之后,网上还出现了一批“病媛”,她们总是在社交平台上先发一些配着自己带妆的精致住院图片的文字,声称自己患甲状腺癌、甲状腺结节、乳腺癌、抑郁症,再过几天又称“已经痊愈”,开始向网友介绍疤痕修复贴、保健品等“包治百病”的产品。(9月29日《健康时报》)

是否生病住院、身患重症,尚需进一步求证。但穿着病号服,躺在医院的病床上不忘化妆带货,这样的画面给人感觉太违和,不免让人质疑是在平台上博取眼球,为配合药品营销的表演。倘若如此,在医院里化浓妆摆拍、引流量卖药,非但有错,而且无耻,既是对缠绵病榻的患者不尊重,更是对医学、医院的亵渎。

医学是一门神圣的学科,医院是救死扶伤的场所,将医院当作商场,将用户和病友视为顾客,这样的商业模式背离公序良俗,应该受到舆论谴责和严格约束。新套路、新招数,内容平台和市场监

管部门也要与时俱进,加强对这种“套路式营销”的监管力度。对有关平台来说,应强化审核力度,尽全力防范此类违规内容过审;事后则需依规及时封禁账号,不让歪风邪气蔓延。

无论“病媛”的葫芦里卖的什么“药”,面对社交平台推销的产品,用户天然就该多些克制和理性,以避免被当“韭菜”收割。对于这些来源不清的药品,破财事小,危及健康事大,擦亮眼睛方能免于受骗。

“病媛”只是当下互联网营销套路的一个类型。在继续完善法制的前提下,主管部门不妨加强对违规账号的监管和惩戒力度,提升虚假营销的违法成本。除此之外,内容平台可以探索对这些违规账号开启预警机制,通过用户画像等大数据分析技术,增加全网对虚假营销监控的广度与深度,让游走在法律边缘的“药媛”无所遁形,及时揪住她们的“狐狸尾巴”,保卫民众的消费安全和药品安全。

非常道

人与人最舒服的关系:
行有所止,言有所界,凡事有度

把握好尺度,行有所止,言有所界,凡事有度,才是人与人相处最舒服的状态。

花枯了还有重开之日,感情透支了就很难挽回。生活中,管好自己的嘴,守住自己的心,留好自己的分寸,是对他人最基本的尊重。亲近地保持距离,或许才是最恰当的交际方式。@新华社

微声音

若你认真对待生活,
生活也一定会给你回馈

人生的路很长,你留下的每一步脚印,都或深或浅地记录着成长。过去已成定局,但未来可以创造。生活不会亏待每一个努力向上的人。从现在开始,随时随刻全力以赴,让好高骛远翻篇,用扎实奋斗实现目标。改变,什么时候都不晚。@人民日报