

2021年4月7日
星期三
编辑/吴承江
组版/李静
校对/刘洁

该给虚火旺盛的“炒鞋”降降温了

■ 吴睿鹤

所谓“炒鞋”，简单来说就是把鞋买回来，不穿，等到价格上涨时再卖出。一些产量少的爆款运动鞋，一转手就能卖高价。近日，“炒鞋”这个词又成了微博等社交平台上的热词。以李宁韦德之道4全明星银白款为例，页面显示仅有42码，付款后7天内到货，售价竟高达48889元。而该鞋参考发售价仅1499元，涨幅达31倍！（4月5日《澎湃新闻》）

尽管“炒鞋”交易行为作为一种新业态，并不是天然违法，但这种市场交易自面

世以来，犹如脱缰之马一路狂奔，乱象丛生。在暴利的驱动下，一些“炒鞋”投机者持续“高烧”，已经走进了违法犯罪的深渊。前不久媒体就报道，江苏扬州的小张花8万多元买了24双热门款的鞋子，却发现被人坑了，其高价买来的假鞋背后，实际是一个专门从事销售假鞋的销售网络。基于此，有必要司法部门主动介入，动用法律来挽回受害者的经济损失，这不仅让那些蠢蠢欲动的“炒鞋客”丢掉发横财幻想，也能为日益升级的“炒鞋”乱象降“虚火”。

早在2019年，针对国内当时的“炒鞋”热，中国人民银行上海分行及时下发了以《警惕“炒鞋”热潮 防范金融风险》为主题

的金融简报，指出“炒鞋”平台实为“击鼓传花”式资本游戏，提醒各机构应采取有效措施及时防范此类风险。

不管是法律介入惩治，还是防范金融风险，这都要求对“炒鞋”新业态，必须在制度允许的框架内，进行合法、规范化的日常交易，既能满足消费者的特殊投资需求，又不触碰到法律“红线”，扰乱经济金融秩序。

当然，作为一名理性投资者，要明白一个浅显的道理，“鞋是用来穿的，不是用来炒的”，这是球鞋无法改变的功能定位。而所谓球鞋“爆炒”，只不过是“击鼓传花”的老把戏，抢购者要多长个心眼儿，别轻易上了“炒鞋”大佬的当！

市场星报

国内统一刊号 CN34-0062
邮发代号 25-50



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 安徽美赫律师事务所
杨静 律师
承印单位 安徽新华印刷股份有限公司

星报传媒 全媒体矩阵



官方微博



《安徽画报》微信



掌中安徽APP



官方微博

时事乱炖

老师对学生罚款实为“以罚代教”

■ 张西流

4日，甘肃酒泉市肃州区教育局就“网上反映酒泉六中某班主任收取学生罚款等问题”作出回复。经调查，反映的问题确实存在，但网上所说收取罚款七、八万元的说法与事实不相符。调查组认为，丁某某同意并支持家长委员会向学生家长收取罚款，违反相关规定，造成不良影响。学校也存在管理不细致、不到位的问题。已责令酒泉第六中学督促该班家长委员会退还820元罚款；同时依照相关规定，给予学校及班主任丁某某诫免谈话、通报批评、责令检查等处理。（4月5日《新京报》）

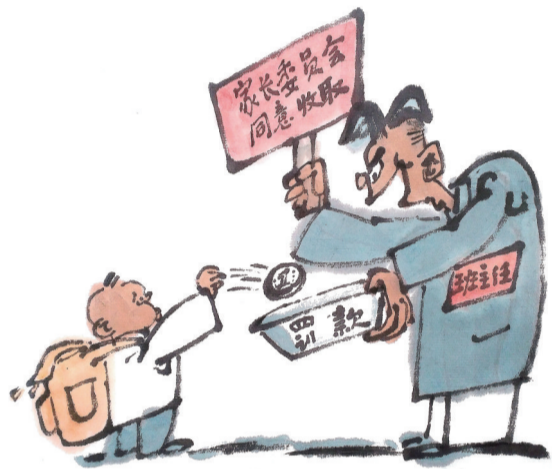
迟打卡一次罚款10元，不打卡一次罚款20元，连处罚学生都明码标价，这位老师俨然变身成为一名执法者。然而，从深层面看，老师“罚”字当头，虽然有着“重罚之下必有优生”的善意初衷，但却显露出了“以罚代教”的恶意。

事实上，从法律层面看，罚款是《行政处罚法》第八条规定的一种行政处罚方

式。无论是作为公民个体的教师，还是具有事业单位性质的学校，都没有权力对学生罚款。可见，老师对学生罚款，属于罚不择法，罚而无度。

然而，值得注意的是，教师“以罚代教”，存在推卸教育责任之嫌。学生不管是未完成家庭作业，还是违反了某种校规，表明老师在教学和管理上出现了偏差，老师本身难辞其咎；老师只知道指责和处罚学生，而不去检讨和反思在对学生的教育管理上的缺位，显然是缺少责任担当的表现。

可见，老师“以罚代教”，值得当事学校警醒与反思。出于品德教育的需要，学校出台一些惩戒规定，去规范学生的行为，本无可厚非。但老师动辄就处罚学生，明显越过了学校教育的边界；当教育



依“法” 王恒/漫画

权渐渐异化为管制权，触及到了两处“要害”——关于品德教育与学生利益的边界，关于教育权力与学生私权的边界。因此，老师“以罚代教”，这对不是一种教导，而是一种伤害。

热点冷评

推进全面降塑，亟须替代品赋能

■ 汪昌莲

史上“最严限塑令”今年开始在全国范围内实施，塑料产业迎来升级挑战。其中，作为对传统塑料最具替代优势的生物降解塑料，成为市场“新宠”。但记者采访发现，目前可降解塑料产业仍然“小而散”，高端产能仍显不足，企业和商家的成本压力较大，产品全面推广存在客观阻力，亟待新一轮提质升级。（4月6日《经济日报》）

众所周知，从“限塑”到全面降塑，执行是关键。首先，相关部门应形成合力，全力推进。比如，环保部门应一律叫停生产不可降解一次性塑料制品的企业，同时停止此类项目的审批，从源头上控制“白色污染”的产生。再者，市场监管部门应加大对生产、销售环节的监管力度，对重点环节和流通领域保持高压态势。特别是，应将全面降塑上升为地方性法规，进一步扩大立法范围和全面降塑的内容，制定全面降塑目录，并保持相关信息公开透明。

各地在实施全面降塑的同时，应加快替代产品的研发、生产和供应，即推出

可降解塑料制品，满足市场需求。但是，可降解塑料产业仍然“小而散”，高端产能仍显不足，企业和商家的成本压力较大，产品全面推广存在客观阻力。特别是，可降解塑料制品的价格明显偏高，影响了消费者使用的积极性。

可见，推进全面降塑，亟须替代品赋能。首先，应加强可降解塑料相关体系、行业标准的建设，加大相关政策的支持力度，不断充实标准化、国际化的第三方检测力量，提升性能评价的效率与可靠性，引导产业健康发展。同时，企业应通过技术创新等方式降低生物降解材料的成本，同时不断提高产品质量，从而增强产品竞争力。再者，合格、高质量的原材料产能建设尤为关键，当产能水平不断满足消费需求时，成本就会进一步下降，价格也会回归理性。特别是，相关部门及组织应加大环保道德教育，让消费者的主动选择对商家形成倒逼。在此过程中，政府加强限塑立法执法力度和对可降解塑料出台补贴政策将至关重要。

非常道

整治校外培训应下猛药

日前，在国新办举行的新闻发布会上，教育部相关负责人表示，今年教育部将把校外培训机构治理列入重点工作任务。虚火过旺、乱象纷呈的校外培训市场，确实到了该下猛药治理的时候了。立德树人是教育的根本任务，孩子的身心健康始终要放在第一位。把孩子们从过多的校外培训班里解放出来，让他们在人生“拔节孕穗期”吸收丰富营养，方能铺筑健康成长之路，为美好未来打下坚实基础。 @新华视点

微声音

豆浆 vs 牛奶 谁才是早餐的最佳饮品？

豆浆和牛奶在营养上各有特长：每100克牛奶的钙含量为104毫克左右，约是等量豆浆钙含量的21倍。在脂肪含量上，牛奶脂肪含量为3%~4%，豆浆则为0.7%左右。且豆浆饱腹感强，需要控制体重的人可以常喝。对健康人群来说，建议每天各来一杯豆浆、牛奶。

@生命时报