

2022年5月23日
星期一
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



市场星报官方微信



《安徽画报》微信



掌中安徽APP



市场星报官方微博

“儿童厨具”热销不能忽视安全

张玉胜

日前，教育部发布了《义务教育劳动课程标准(2022年版)》，根据不同学段制定了“整理与收纳”“家庭清洁、烹饪、家居美化等日常生活劳动”等学段目标，从2022年秋季学期开始执行。虽然距离《标准》执行还有一段时间，但不少家长已经开始给孩子张罗起“儿童厨具”。一些网店里，有的“儿童厨具”甚至月销超过4万件。这些“厨具”虽然尺寸小，却具备实操功能。(5月22日《央广网》)

自打教育部透露出今后中小小学生都要学做饭的消息，就带“火”了市场儿童厨具生意。现在最时髦儿童厨具不是“过家家”玩具，而是真锅真铲真炉灶的“真煮”家伙。同

时也引得家长盲目跟风购买。不过，生意火爆背后却引发人们对“儿童厨具”安全性存疑。煮出来的食物能否让孩子们放心吃，更需打上大大的问号。

观察某款在网店中单月销售量显示超过4万件的“儿童厨具”套餐，从电热炉到不粘锅，再到小刀、菜板等一应俱全，甚至还包括包饺子器。虽然商家表示商品在重金属和感官要求等方面均符合食品安全相关国家标准，但在其产品名称处却含混标注了“儿童玩具，真实版可做饭厨具”。这就让该产品到底是玩具还是厨具的属性模糊不清。

锅具、灶具等厨用产品是要用来烧饭、炒菜的，关乎人们的厨房安全和食用安全。所用材料必须达到国家相应的食品级标准，

各类材料也都要注意是否适用高温等使用场景，尤其是里面所含一些重金属成分，更当严格控制在国家灶具标准之内。

据了解，我国目前没有针对所谓“儿童厨具”标准。绝大多数的厨具都是遵循《食品安全国家标准食品接触用金属材料及制品》、QB/T2174-2006《不锈钢厨具》等标准。虽然“儿童厨具”尺寸上偏小，但对它安全性能要求却一点也不能少，谨防不达标劣质厨具害了我们的小厨师。

厨具可以有缩小版，食品安全不能有缩水版。在传授给孩子们烹饪技能之前，两项的安全教育必须走在前面。市场监管部门要加强对厨具、灶具市场管理，商家要自觉执行国标并在外包装上明确标注。家长要多方比较、谨慎选择，切不可盲目跟风。

热点冷评

食育是青少年亟待补上的一课

钱凤伟

“营养餐到了桌子，却进不了肚子，这是当前我国学生营养健康需要解决的一个问题。”5月20日，在第33个“中国学生营养日”之际，中国工程院院士、江南大学校长陈卫在2022食育中国高峰论坛上作出上述表述。与会专家呼吁，做好食育教育需要社会各界共同努力、共同参与。应尽快在全国各级学校全面推广食育教育，积极培养青少年养成良好、科学的饮食习惯。(5月22日《光明日报》)

食育就是系统性的饮食知识和良好饮食习惯的培养教育，旨在培养公众获取与辨别食物、了解食物营养知识、养成科学饮食习惯，并以具体食物为载体进行道德、文化、营养科学、可持续发展意识的引导与培养。对青少年开展食育教育，有助于提高健康意识、观念及素养，形成健康的饮食行为和生活方式，为他们的健康成长奠定基础。

实际上，食育与德智体美劳同等重要。

比如一直以来普遍存在的“舌尖上的浪费”，很大程度上，是食育的缺位，尤其是近年来随着经济发展、生活水平的提高，人们不再为温饱发愁，“厉行节约，杜绝浪费”被不少人视为过时，许多人大手大脚，随意浪费食物，令人心痛。开展食育教育，就是要大力倡导“节约粮食光荣，浪费粮食可耻”的价值观，而这不仅是个人品位的提升，也有利于净化社会风气。

至于学生群体普遍存在营养不均衡、矿物元素和维生素摄入不足、营养知识欠缺等问题，也凸现出食育教育的欠缺，而改善饮食行为、营养状况和健康素养，食育教育都是有效手段。因此，应尽快在幼儿园及中小学生中通过全面推广食育教育，普及营养知识、膳食指南，净化食物环境，维护良好饮食习惯。作为亟待补上的一课，助力青少年德智体美劳更好更全面发展，普遍开展食育教育应尽快提上议事日程。



现场教学 王恒/漫画

时事乱炖

奥迪“广告门”再敲知识产权保护警钟

苑广阔

奥迪5月21日发布的“小满”主题广告引发争议，抖音用户“北大满哥”指该广告文案照搬自己的内容。记者注意到，5月22日早间，新浪微博账号@奥迪以及微信公号“奥迪”已撤下相关内容，并且发布《声明》向此事涉及的各方进行道歉。(5月22日《澎湃新闻》)

看过奥迪这则广告文案以后，再去看抖音用户“北大满哥”一年前发布的视频内容，不难发现，前者几乎是对后者文案内容的“全文照搬”，称得上是赤裸裸地抄袭了。此事被曝光以后，引发了网友的极大关注，也对奥迪汽车，以及作为广告代言人的明星刘德华，带来了负面影响。

这当然不难理解，因为在大多数网友和观众看来，广告是奥迪方面发布的，而广告的代言人是刘德华，那么广告本身涉及抄袭事件，首先受到影响和波及的，自然也是奥迪公司和刘德华，一些人甚至会认为，这是奥迪公司和刘德华在抄袭。而随着事件的发酵，奥迪方面也公开发布了《声明》，表示奥迪公司作为广告主，虽然要承担对广告内容监管不力、审核不严的责任，但广告是

委托专业广告公司制作发布的。

这意味着，奥迪公司花了钱，还对公司的形象和信誉带来了很大的负面影响和损害，事实上成为该事件中的最大受害者。而作为代言人的刘德华，作为公众人物的形象和信誉，同样受到了消极影响。目前奥迪公司已经要求广告公司尽快就所涉文案侵权情况进行处理，给公众一个满意的答复。此事最后会如何收场，现在还不得而知，但是奥迪“广告门”还是给当前的知识产权保护敲响了警钟。

这家广告公司，收了奥迪公司的钱，请了大明星，但是在创意文案上，却奉行“拿来主义”，结果不但坑了广告主，也坑了广告代言人，而最后坑害的就是自己。

这也从一个侧面说明当前国内知识产权保护力度仍需加强。知识产权保护，首先需要权利人在自身权益受到侵害以后，积极拿起法律武器维权，更重要的是国家法律要加强对侵犯知识产权行为的打击力度，在全社会营造出浓厚的保护知识产权的环境和氛围。

非常道

去爱一个让你笑的人!

走到生命尽头的时候，我们大多相似，我们都会变老，一遍遍地讲同一个故事，但是，要和一个让你满眼都是笑意的人共度一生。去爱一个让你笑的人，因为这世界，约你吃饭的人很多，但为你做饭的人很少；让你流泪的人很多，但为你擦泪的人很少；说爱你的人很多，但一直爱你的人很少。多年以后，他在闹，你在笑，这才是爱情最美的模样。

@新华社

微声音

别让你的努力败给了焦虑

焦虑，很可能会让你努力的成果大打折扣。很多人的焦虑，其实并不来源于有没有努力，而是来源于一颗想努力但又太急的心。试着学会缓解焦虑，别幻想一蹴而就，多留些时间给自己。培养爱好、独立思考、明确目标、自我反省、把握当下……愿你调整好心态，在稳稳的努力中收获稳稳的幸福。

@人民日报