

2022年5月31日  
星期二  
星眼编辑/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

# “银发经济”不能成养老诈骗温床

■ 戴先任

近日,江苏省高级人民法院和南京市鼓楼区、苏州市姑苏区、苏州市吴江区人民法院集中宣判5起养老诈骗犯罪案件,涉案金额近20亿元,被骗老年人1500余名。投资“养老项目”、提供“养老服务”、销售“养老产品”……这些案件中的某些诈骗手法,颇具代表性,值得引起公众警惕。(5月30日新华社)

养老诈骗犯罪屡见不鲜,像养老领域的“非法集资”现象就极为常见。在江苏此次集中宣判的5起养老诈骗犯罪案件中,非法集资就是不法分子惯用的手段。不法分子花样

翻新、名堂不少,但万变不离其宗,都是在诈骗老人的养老钱。

养老在中国是“朝阳产业”,中国目前已经有2亿多老年人,老年人口还在与日俱增。正因如此,一些不法分子盯上了银发经济这块“肥肉”。他们往往通过经营养老机构为其实实施养老诈骗犯罪打掩护,他们并不像守法的投资者一样,诚信经营,他们甚至对养老领域并不感兴趣,他们的就是想不择手段赚钱。

老年人往往与社会存在不同程度的“脱节”,这让他们更容易受欺骗,而不法分子通过花式包装、嘘寒问暖、小恩小惠等方式,让一些老人更容易陷入骗局。另外,目前对于养老领域的监管法规还不够完善,养老市场

不够成熟,这让一些不法养老机构处于“监管盲区”,这就给了不法分子以可乘之机,让养老领域成了非法集资的“重灾区”。

养老诈骗高发频发,损害的是老年人权益,破坏了老年人幸福的晚年生活。将本应受到全社会尊重与保护的老年人当成围猎的“猎物”,对于这一不法现象,显然要零容忍。

对此,首先就需要加大对养老诈骗犯罪的打击力度,增加不法分子的违法成本。而对于老人子女来说,也需要多关心老人,让老人多一些防范意识,避免老人上当受骗。对养老诈骗犯罪要打防结合,要斩断不法分子伸向老人钱包的黑手,促进“银发经济”健康发展、长足发展、高质量发展。

## 热点冷评 | 别让治疗近视广告满天“吹”

■ 李方向

5年前,9岁的小芳被查出近视100度,刘丽带着她尝试了各种近视治疗方法:中医按摩、护眼贴、3D训练……如今5年过去了,小芳的近视度数不仅没有降下来,反而日渐高涨,达到了375度。一些商家抓住家长的焦虑心理,推出各种各样的治疗近视产品和疗法,而一些使用过的家长直言被“坑”了。(5月30日《法治日报》)

孩子是国家的未来,更是家庭欢乐的源泉,只要为了孩子,家长就是砸锅卖铁都舍得。眼睛是心灵的窗户,还关系孩子未来生活的质量。孩子眼睛近视,家长不敢有丝毫的怠慢,有病乱投医这句话在治疗孩子近视方面表现得淋漓尽致:由于焦虑遮蔽了双眼以致分辨不出真假,在治疗孩子近视方面家长被“坑”的不在少数。5年前小芳近视仅有100度,可是经过多种方式的治疗尤其是有些套餐产品每个疗程高达数万元,现在竟然上升到375度,除了白白浪费金钱外,更让人心疼的是,孩子眼睛近视发展得如此迅速。

国际眼科科学院副主席、北京协和医院眼科主任医师赵家良指出,近视是一种屈光不正的状态,目前全球范围内没有治愈近视的方法,人一旦近视,便无法治愈。事实也一再证明,现在还没有一种药物或者一种手术能把近视治好。可是近年来,一些商家趁家长焦虑以治疗近视为由,推出了各种各样的产品和疗法,打出了“孩子的近视一贴就好”“用了这款近视矫正仪,孩子视力提升了”“不用做手术迅速摘掉眼镜”等广告。显然,这是在夸大其词进行虚假宣传。希望有关部门加大对近视广告的监管力度,对虚假宣传乃至诈骗要严厉打击,还治疗近视一片净土;也希望家长和学校协同增加学生户外活动、课外活动和体育活动时间,落实每天校内、校外各一小时,阳光体育一小时等体育活动要求,并努力培养孩子科学用眼、爱眼护眼的良好习惯,共同呵护好孩子的眼睛,让孩子都有一双明亮的眼睛和光明的未来。



越垫度数越高 王恒/漫画

## 时事乱炖

### 企业要远离任何形式的低俗营销

■ 苑广阔

品牌低俗营销何时才止?这次轮到知名品牌安踏。近日,不少网友发帖称,安踏一产品海报疑似打色情擦边球。“学过设计的都知道什么叫排版视觉中心点,这张图什么意思不言而喻。”“学摄影的我觉得有点像非字构图,但不该是这个视角,有擦边嫌疑。”有相关专业领域的网友评论道。有网友直接@安踏称“掉价”“好恶心”。(5月30日《辽沈晚报》)

当安踏这款产品海报在网络上热传以后,网友的观点并不一致,有人认为是安踏方面为了营销而打色情擦边球,但是也有很多网友认为这只是海报拍摄角度的问题,之所以让人看了产生不好的联想,可能只是一种误解,不应该上纲上线。问题就在于,即便这种让人产生不好联想的产品海报,只是安踏方面的一次操作失误,而不是一种刻意为之,但这种失误,是不是能够避免呢?

感兴趣的网友,可以去找这张宣传海报看一下,正如有人所说的那样,“能拍到这个角度也是不容易”,言外之意,即便品牌方想宣传鞋子的鞋底,也有很多方式来

进行,比如让穿着鞋子的模特抬脚,或者是踮起脚尖,亮出脚底等,都可以很好地呈现鞋底的状态,但是这张海报,却偏偏选择了最容易让人产生不好联想的一种姿势,一种拍摄角度,来展示鞋底,你说不是故意的,很多人都不相信。

退一步说,即便真的不是故意的,而是一种操作上的失误,但是安踏作为国内运动品牌的头部企业,内部对广告物料的制作、发布,必然有着严格而完备的流程,难道从海报制作到发布的整个过程中,就真的没有任何一个人发现海报存在容易引发误解的内容?哪怕有一个人提出不同的意见,这款海报也不会出现在公众面前。

遏制打擦边球的低俗营销现象,除了需要品牌方珍惜羽毛,加强自律之外,加强监管才是关键。除依法严惩外,商业营销的底线和边界有必要进一步明确,比如监管部门定期公布具体案例、司法机关加强以案释法、新闻媒体充分发挥舆论监督职能,及时向商家亮出相对明确的底线、“红线”,使其不敢、不能、不想乱打擦边球。

## 非常道

### 时间决定我们遇到谁 三观决定我们留下谁

人生有无数条路供人们选择,一个人的三观,决定了他会选择哪一条。行至半路,如果你发现三观不同的朋友,已走上了不同的道路,不必遗憾。在相知的时候,珍惜彼此;在陌路的时候,祝福对方。道不同不相为谋,三观不合也不必强求。自然随心,坦坦荡荡就好,做那个对世界充满好感、努力让自己开心的人。 @新华社

## 微声音

### 你会成为怎样的人 答案写在你度过的每一天

2022过去150天了,年初定下的小目标,你实现了多少?如果对生活不满,最好的解决方法就是自律。其实,不用把自律的门槛设得太高,丢掉心理压力,早睡早起,细化目标、找到方向、控制脾气……从一些微小的努力开始,久而久之,自律的习惯自然可以养成。时光不会辜负用心雕刻自己的你。 @人民日报