



市场星报

出版单位 安徽市场星报社
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:xbxy2010@126.com



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 新安传媒有限公司
印务公司
地址 合肥市望江西路505号
电话 0551-65333666

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

商品生产日期何必“犹抱琵琶半遮面”



位置不好找、标注不清晰、易除抹脱落……近日，有读者反映，很多食品药品包装上的生产日期不好找，老人看起来更费劲。今年的全国两会上，亦有人大代表建议，“进一步规范食品标签，统一标注方式，让消费者特别是更多老年人能够找得到、看得清。”与此同时，记者调查发现，由于部分预包装食品的生产日期印得不牢固，为篡改生产日期留下可乘之机，给食品安全带来隐患。(3月18日《北京晚报》)

现在的消费者越来越重视食品药品的健康和安全问题，所以在购买食品药品过程中，会习惯性地先去看看商品的生产日期，然后

再对照一下保质期，避免买到临期商品。因为不管是食品还是药品，如果买到了临期产品，一时之间又吃不完、用不完的话，就可能造成浪费。更加重要的是，如果没有注意商品的生产日期和保质期，导致误食已经过了保质期的食品药品，则可能对身体健康乃至生命安全带来威胁和伤害。

然而很多消费者发现，部分食品药品，要想找到生产日期，还真不是一件容易的事。其一，一些商品虽然标注生产日期“见瓶身”“见封口”“见包装”，但是等你真想找到它们的时候，却难上加难，因为这些生产日期的标注，不是字体太小，就是采用和包装差不多的颜色，形同隐身，难以发现；其二，很多商品的生产日期采用的是喷墨方式打印上去的，而这种字体很容易被抹掉、擦掉，消费者自然找

不到；其三，有些商品会被好几件捆绑在一起销售，导致商品包装上的生产日期被有意无意地遮盖掉了，消费者无法看到。

尤其需要注意的是，如果一些商品的生产日期很容易被不法分子钻空子，对商品的生产日期进行篡改，导致把临期或已经过期的商品卖给消费者。

要想终结部分食品、药品在生产日期标注方面的乱象，既需要食品企业严格遵守有关法律法规和食品安全标准，保障消费者的知情权和选择权。同时，国家有关部门也要加大监督检查力度，引导督促食品企业诚信经营，依法依规标注食品药品生产日期信息，而不能继续“犹抱琵琶半遮面”。

苑广阔

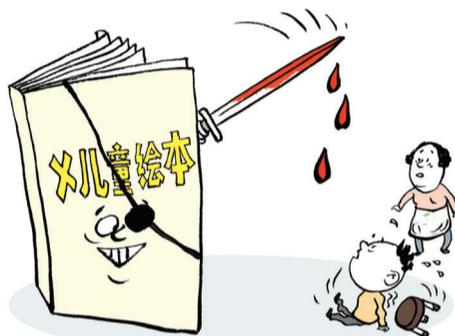


儿童绘本是启蒙读本别成“负能量绘本”

近日，天津的李女士向记者反映：自己前不久给年幼的孩子买了几本儿童绘本，这几天读到一本名为《××猪打呼噜》时，发现里面的故事导向有问题——××猪因为害怕自己睡觉打呼噜影响到小伙伴，晚上拿出安眠药，把已经睡着的小伙伴晃醒，说“我打呼噜怕吵到你们，把安眠药吃了以免受到影响。连日来，记者根据家长提供的线索购买了近30本儿童绘本，发现问题不少。(3月18日《法治日报》)

儿童绘本存在内容质量问题，早已不是新鲜事，如在“写给孩子看的中国史”中，在讲述中日甲午海战的那段历史时，将民族英雄当成了“汉奸叛徒”；有的童书中出现“飞机从天上掉下来没有人受伤的原因是全都死了”的不利儿童成长心理的内容……这样的儿童绘本，会给孩子带来极为不好的影响，甚至可能因此“画偏”儿童人生轨迹。

近年来童书市场迅猛发展，在数字化阅



“有毒” 王铎/漫画

读的强力冲击下，传统出版社纷纷转向主要依靠纸质阅读的少儿出版市场，但一些出版社对于童书出版并不专业，他们跟风出版童书，就容易出现粗制滥造。

童书市场良莠不齐，更重要的原因在于监管不力。而相关法律法规还并不完善，也

让粗制滥造的童书出版有空子可钻。比如根据出版管理条例的相关规定，以未成年人为对象的出版物不得含有恐怖、残酷等妨害未成年人身心健康的内容。但是，究竟什么样的情形才算恐怖、残酷，规定细则却语焉不详。没有划定明确的红线与雷区，让一些有害童书得以游走于监管边缘。

对于儿童绘本存在的内容质量问题，一方面要规范行业秩序，比如要推行童书分级阅读方案，什么年龄段的孩子适合阅读怎样的童书，要有严格的区分。另一方面，相关部门、学校、家庭、图书馆等，也要形成合力，严把童书“质量关”，儿童绘本等童书从审核到出版、销售的全过程，都要进行严格把关。同时，还要加强知识产权保护，加大盗版打击力度。而儿童缺乏甄别能力，更需要我们为他们过滤掉“有害童书”。

总之，儿童绘本是启蒙读本，不能成了“负能量绘本”。

戴先任



“末位淘汰”应该“淘汰”了

前不久，30岁的职场妈妈路青得知自己2023年的绩效评级为C等后，感到有些无力。因连续两年绩效评分为C，路青最终收到了被裁员的通知书。路青的遭遇不是个例。不少用人单位时常将绩效考核情况与劳动者收入、岗位能力相挂钩，一些劳动者因考核不达标被降薪、调岗甚至“末位淘汰”。有劳动者疑惑道：“考核就是简单地处罚吗？这些操作科学吗？”(3月18日《工人日报》)

“末位淘汰”是不少单位依然在广泛实行的一项员工激励机制，企业试图以“末位淘汰”“倒逼”员工的进取心，并因此收获更多员工创造的价值。企业这样的出发点或也可以理解，但“末位淘汰”本身却有违法之嫌。

按规定，用人单位与员工解除劳动合同，需要具备“劳动者不能胜任工作，经过培训或者调整工作岗位，仍不能胜任工作”的条件，并且要提前30天书面通知或者额外支付一个月的工资，才可以解除劳动合同。“末位”并非必然等于“无法胜任工作”，

不是淘汰的理由。“末位淘汰”有悖劳动合同法。

显然，如果没有发生员工严重违法用人单位制度或损害单位利益的情况，虽然位居“末位”，员工劳动的权利，却依然受到法律的保护，换言之，用人单位不能以“末位”的理由将员工“淘汰”。无疑，“末位淘汰”的激励效应，以损害员工权益、乃至违法为代价。

也因此，最高法2012年就出台规定，用人单位通过“末位淘汰”等形式单方解除劳动合同，劳动者要求单位支付赔偿金，法院应予支持。建立员工激励机制当然是需要的，但这显然既要科学，又要合理合情，更要合法，企业更需要的是对员工的正向激励，通过绩效工资合理分配对劳动者形成激励。如果以“末位”为理由随意“淘汰”，只会造成人心涣散，而这将对企业造成长远的伤害。也因此，“末位淘汰”以及“末位降职降薪”之类的“绩效考核”应该“淘汰”了。

钱夙伟



最好的伯乐，是努力的自己

想要遇到赏识自己的伯乐，首先你需要成为一个有能力的人。在机会来临前，先提升自己。只有自己准备好，足够优秀，才有机会被看到。如果光想不做，不仅会白白错过大好时机，还会让那些原本想要帮助你的人失望。当你能持续努力、提升自己，美好的人和事自会被你吸引而来。想要有所成就，靠的是脚踏实地，凭的是日积月累。让自己不断成长，你就是自己最大的依靠。从今天起，把更多的时间拿来丰富自己。那些你看过的书、走过的路、见过的人、给出的善良，最终都会回馈到自己身上。 @人民日报



做一个内心自信丰盈的人

对自己充满信心，我们更能够积极面对生活中的挑战和困难。一个内心自信丰盈的人，宛若一朵傲然绽放的花，优雅馨香，自在清欢。真正的自信，是一种发自内心的自我认同感，是一种厚积薄发的力量，也是一种自我认可的人生态度。对于过去已经发生的事情，坦然接受，不后悔，不埋怨。对于未知的未来，抱以最诚挚的热情，不畏惧，不退缩。自信，所展现出来的是“腹有诗书气自华”的优雅，是“会当凌绝顶，一览众山小”的豪迈，也是“行到水穷处，坐看云起时”的淡然。对自己充满信心，我们更能够积极面对生活中的挑战和困难。 @新华社