

三江热议

阳澄湖大闸蟹99%冒牌 这“假”神仙都打不过来

马涤明

2018年阳澄湖大闸蟹开捕时间已经正式公布,定在了9月21日。然而最近,不少线上电商平台和线下市场上的商家却都已经开始售卖阳澄湖大闸蟹了。作为网红级产品,阳澄湖大闸蟹吸引着众多资深吃货,这些还未开捕就提前“露面”的大闸蟹到底是真是假呢?

9月17日《中国之声》

未开捕就提前“露面”的阳澄湖大闸蟹,不用说,肯定是假的了。一些“阳澄湖大闸蟹专卖店”的销售人员,也跟记者说了实话:假的,没有真的阳澄湖;防伪标志,买的,5毛钱一个,要多少有多少。

而从媒体提供的数字,来看“真假阳澄湖”的情况,更让人吃惊:有统计显示,全国大闸蟹2017年总营销额为778亿元,其中阳澄湖大闸蟹约为300亿元,占比40%,但去年阳澄湖的真实产量为1600吨,市值约为3亿元。据此推算,目前市场上99%的阳澄湖大闸蟹都是冒牌的。

尽管我们早就对造假见怪不怪,99%的假货率还是让人瞠目不已。吃到“真阳澄湖”的几率,只有1%,恐怕是吃到了真的,也未必敢相信是真的吧。这么说的话,吃货们今后不妨务实一点:吃蟹,就是吃蟹得了,别盼、别奢望、也别炫耀什么“吃阳澄湖大闸蟹”了,你咋就敢保证,那1%的“幸运”会落进你嘴里?

按理说,“资深吃货”们对“真假阳澄湖”辨识能力会高一些,可若如报道中所述,一些“资深吃货”已经开始在线上购买“阳澄湖”了,这种“资深吃货”,估计是“伪资深”居多。首先,“真吃货”应该能够辨别“真假阳澄湖”的品味;其次,“真吃货”不该不知道、不关注“真阳澄湖”的开捕时间。而事实上,“阳澄湖”之所以这么红、这么火,除了阳澄湖大闸蟹确实好,还有一个原因,是“伪吃货”太多——“阳澄湖”的假货率,应该是与“伪吃货”的数量成正比。

阳澄湖大闸蟹确实是好东西,确实值得花大价钱买来一吃,但由此炒热了“假阳澄湖”,吃货们应该反思。而“假阳澄湖”被无意炒热,除了消费者识别能力低,虚荣消费心理、攀比式请客送礼等等,应该也是“假阳澄湖”泛滥的缘由。甚至,有没有一些“吃货”愿打愿挨、故意上当的情况,恐怕也不好说——否则似乎无法解释,年年宣传“未开捕已到处销售”,还是年年有大批“吃货”对“假阳澄湖”趋之若鹜。这种消费心态下,就算神仙出来打假,也打不过来啊。

“恋爱课”别总是摸着石头过河

木须虫

又到开学季,当千禧一代的大学新生看到课表上赫然列着“恋爱课”时,会有怎样的感受?是憧憬还是躲避?是不屑一顾还是充满期待?据了解,目前,已有多家高校开设了和恋爱相关的公开课或选修课,有的课程门庭若市,有的却悄然消失。相关专家表示,对大学生开设恋爱课程很有必要,但想要教会学子“谈恋爱”,并非那么简单。

9月17日《中国妇女报》

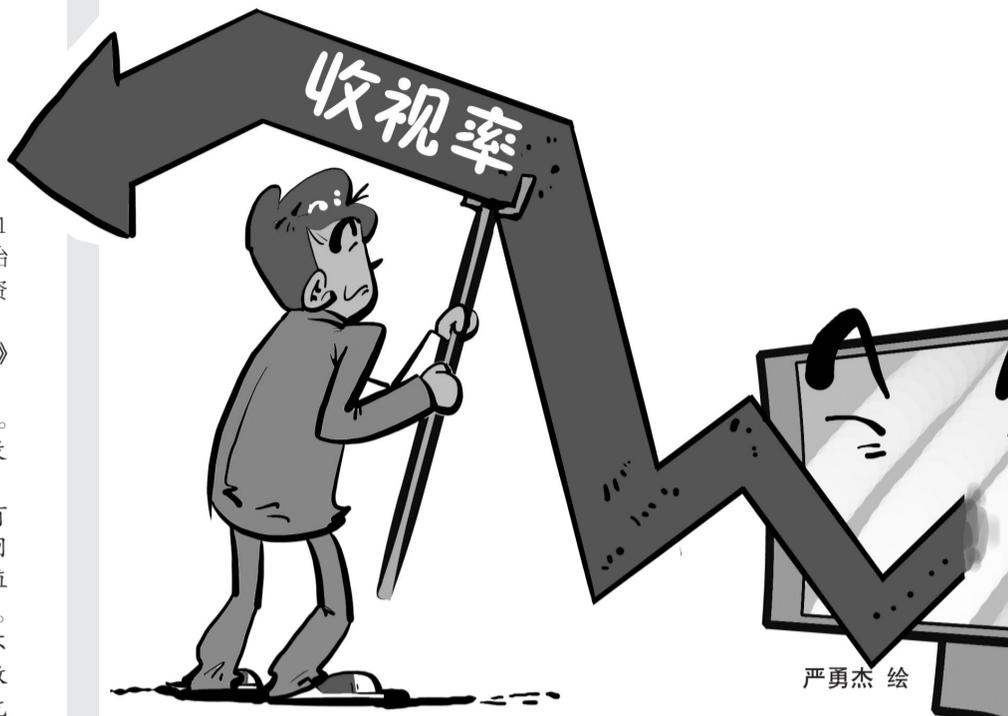
大学开设“恋爱课”不是新事物,不少大学都曾列入选修课供学生们选择,如2013年武汉职业技术学院开设的《爱情与婚姻》,引得千名学生争选。大学生需要“恋爱课”毋庸置疑,因为恋爱是每个人与生俱来的心理、生理需求,其间必然存在观念、心理、技巧乃至性等诸多的现实问题,让每个青年男女学会理性看待恋爱,具备处理与恋爱相关问题的能力,有利于他们减少情感困惑。

不过,“恋爱课”怎么开向来都是一个难题,见诸媒体的一些大学的“恋爱课”几乎很难找到一个共同点,除了名称相同之外,授课方式、开设课时、考察办法等千差万别,甚至连教材都不一样。站在尝试与创新的角度来说,固然值得肯定,都有可资借鉴的地方。然而,如果“恋爱课”总像谈恋爱一样,都在自摸石头,靠摸索、靠感觉,显然不够严肃,更缺少必要的权威性。而且,“恋爱课”在一些学校有一搭没一搭地开,缺乏持续性,也不是个事。

高校开设“恋爱课”不是问题,作为具有普适意义的课程,更该在推动顶层设计与实践探索结合上,找到平衡点,既注重对青少年乃至大学恋爱婚姻问题的研究,逐步编制符合国情相对统一的教材体系,确立相对规范统一的普遍原则,培训专门的师资,在此基础上指导和规范高校开设课程和开展教学,增强权威性。此外,单纯的“恋爱课”并不足以解决所有大学生婚恋情感方面的困惑,大学生除了需要掌握恋爱方面一些理性观念之外,更需要个人面临个性化个案问题时获得帮助,提供针对性、私密性的咨询、疏导与抚慰。

因此,“恋爱课”也需要准确定位,毕竟恋爱没有标准答案,是现实生活所需,不能简单当作学分来修,把婚恋教育当成课程功利,作为大学生情感婚恋干预、指导和服务的方式似乎更恰当。对此,高校应有系统和长远的规划。

图说世相



街谈巷议

“人脸识别防野游”要量力而行

毛建国

每到夏季,孩子游野泳导致悲剧频发。近日,河南省平顶山市教育局在河边安装了“防溺水人脸识别智能系统”从源头上防范这一问题。平顶山市教育局相关负责人介绍,该系统在发现有人进入危险水域后,能够在发出警告的同时抓拍到人像,与数据库中的学生人像进行比对,一旦匹配成功就能报出孩子的名字,并将抓拍图片和孩子的位置发送给家长和老师。现在只在两个水域试点安装,具体效果如何还有待时间检验。

9月17日《北京青年报》

一种技术应用,不仅涉及技术进步,还涉及成本投入,不仅有行不行的问题,还有能不能的问题。有人可能会说,为了孩子,只要能解决孩子野泳问题,投入再大也在所不惜。但在事实上,这是不太可能的。

“人脸识别防野游”,技术研发需要投入,配套设施也需要投入。但今天投下的钱,很有可能只是为明天做嫁衣。万一资金下去了,短时间没有取得效果,难道只是解释“放眼未来”吗?何况就目前来看,“人脸识别防野游”更多起的还是提醒作用。

从长远来看,我们很有可能迎来一个人脸识别技术大应用的年代。但任何技术的发展,都涉及成本和风险。到底由谁来承担,到底由谁来推动,是一个值得考虑的问题。人脸识别技术应用范围很广,如果投入很大成本,最终只是用在防野游上,有点像高射炮打蚊子——太可惜了。以系统化思维对待人脸识别技术,把防野游作为一个附加功能,更具有可行性。

“量子纠缠”不能用来胡搅蛮缠

王琦

近日,北京中医药大学东直门医院针灸科医师发表一篇论文称,量子纠缠理论能运用到针灸临床的直系亲属互治上。这个“突破性”的成果意味着,如果孩子生病,针扎妈妈就能治好。中国科学院量子信息与量子科技创新研究院副研究员张文卓表示,用量子纠缠来解释“小儿生病给母亲针灸”是对量子理论非常不负责任的滥用。

9月17日《中国青年报》

近年来,一些商家喜欢给产品贴上“高科技”“新科技”的标签,吹嘘神奇的效果忽悠消费者,借此高价出售。暗物质被称为“世纪之谜”,科学家尚未真正搞懂,一些商家却已经推出了暗物质洗发水、暗物质维生素功能饮料。随着我国的量子通信科学卫星上天,越来越多贴着“量子”标签的商品不断涌现,五花八门的“量子项链”、“量子鞋垫”让人眼花缭乱,有的甚至宣称可以防癌。商家无利不起早,说白了就是蹭概念营销赚钱。不过,作为正规医学院和医疗机构的医师,倘若也盲目跟风,用各种高大上的科学理论装点门面,一本正经地发布研究论文,那就不免贻笑大方。

对此,北京中医药大学东直门医院发表声明,表示该论文属于作者个人根据相关理论和现象所作的思考和探讨,并非最终临床研究报告。医院同时表示,“鼓励学术创新和学术争鸣,同时,更加倡导严谨的治学精神,规范的学术研究。”这番话应当成为涉事医师的座右铭,时刻提醒自己。弘扬针灸等传统中医,必须秉承严谨和科学的态度,实事求是传播正确知识。如果一味“拉大旗作虎皮”,通过穿凿附会其他科学理论胡搅蛮缠,把中医吹捧得神乎其神,反而会适得其反。

投稿邮箱: nbwbphj@163.com