

阳台的“封”与“不封”

一 鸣

朋友新购了一套住宅，在装修时，要不要封阳台，一家人发生分歧，有主张封的，也有主张不封的，各说各理，互不相让，一时闹得不大愉快。

阳台封还是不封，这是个问题。从现实情况看，封阳台较为普遍，不封的是少数。如果说，上世纪住宅面积普遍较小，阳台作为室内空间的延伸，封闭后能直接增加几平方米的使用面积，无论是改造成储物间、小书房还是拓展客厅，都能显著提升居住的实用性。封阳台是解决居住痛点的正确选择，值得肯定。但到了当今，住房条件得到质的飞跃，百平方米以上的住宅已成为主流，两百平方米以上的大平层也不少见，家庭居住空间早已不再局促，再延续过去封阳台的做法是否理性，值得商榷。

为什么如今还有许多人热衷于封阳台呢？主要是受三种因素影响。首先是“领地占有”的心理使然。在不少人看来，封闭后的阳台才是完全属于自家的“私人空

间”，而开放式阳台似乎总带着一丝“公共属性”，让人觉得不够“专属”。其次，从众心理的影响不可忽视。当小区里大多数邻居选择封阳台，许多人会不自觉地跟风，担心自己不封会显得格格不入。此外，装修公司的营销引导也起了推波助澜的作用，他们往往过分强调封阳台“避风遮雨、防尘降噪”的优点，却对其带来的负面影响避而不谈，让不少缺乏独立思考的业主轻易动摇。

当然，不能说封阳台没有任何好处，除了增加室内空间面积外，还能增强生活的私密性、安全感，防止灰尘，减少噪音。但相比之下，它所带来的弊端也十分明显。封阳台的费用少则数万元，多则十余万元，这是一笔不小的开支。封阳台或破坏原有房屋的结构，影响建筑外观，因安全因素，承重柱、承重墙必须保留，从而使原本方正的空间变得不规则，出现突兀的拐角或凸起，破坏空间的整体性与流畅感。开放式阳台让整栋楼呈现出凹凸有序、层次分明的美感，而封闭后的阳台让建筑立面变得平整单

调，如同一个个整齐排列的“火柴盒”，失去了原有的设计韵味。封阳台阻断人与自然的连接，让居住环境变得封闭、压抑；阻碍空气的自然流通，造成通风不畅；特别是夏季，封闭的空间会积蓄热量，让室内温度升高，增加空调能耗，提高生活成本。

与此相反，开放式阳台的好处显而易见，阳台是住宅与自然对话的窗口，是连接自然的桥梁。在阳台可呼吸新鲜的空气，可观看日出日落，可聆听雨滴的敲打声，可仰望天空的星星……这样的生活场景，是封闭阳台无法复制的。同时，开放式阳台是天然的晾晒场，充足的阳光与良好通风条件能让衣服被快速晾干，带着阳光的味道，远比烘干机烘得更加舒适健康；它是家庭的“小花园”，摆上几盆绿植花卉，浇水施肥，修剪枝叶，既能装点生活，又能舒缓压力，让家居环境充满生机与活力；它还是灵活的活动空间，可以锻炼身体，可以品茶聊天，既有室外的通透开阔，又具室内的舒适惬意。对于有吸烟习

惯的家庭成员来说，既能满足吸烟需求，又能避免烟雾污染室内空气，影响家人健康。

就在朋友一家人为封与不封阳台纠结时，他们偶然刷到一条短视频：一位妇人坐在封闭的阳台上，手摇扇子喃喃自语，“室外40℃，室内50℃，真正热煞人”。终于达成共识，阳台不封了。不知道朋友一家的决定是受我上述理由的影响，还是这个视频起了作用。

其实，封不封阳台没有绝对的对错好坏，封不封阳台也是个人的选择，他人无权干涉。但在做出决定之前，人们不应被从众心理裹挟，也不应被商家的宣传误导，而应该静下心来思考，住房的本质是让生活更美好，而不是室内的使用空间越多越好，阳台作为住宅中极具温度的空间，其独特的功能切勿轻易被废除。



向好友发淫秽信息违法：旧规重申而非新规加码

盛 翔

近日，一则题为《明年1月1日起，向好友发淫秽信息违法》的新闻，引发全网广泛关注，相关话题冲上微博热搜。不少网友对此忧心忡忡，担心私聊自由受限、监管过度介入私人领域。事实上，这种担忧源于对法律修订的误解。所谓“向好友发淫秽信息违法”并非全新规定，公众无需过度焦虑。

首先要明确的是，向好友发送淫秽信息违法，不是新修订的《治安管理处罚法》创设的新规矩。从旧法第六十八条到新法第八十条，核心调整仅为文字表述的适配性优化——将原法条中的“计算机信息网络”修改为“信息网络”。回溯《治安管理处罚法》出台之初，网络传播主要依托计算机终端，而如今移动互联网普及，微信、QQ等

即时通讯工具成为主流传播载体，“信息网络”的表述显然更贴合当下网络生态，覆盖范围也更精准。

这一调整是技术性的与时俱进，目的是让法律用语更好适配移动互联网时代的传播现实，并未凭空增设任何禁止性义务。事实上，无论是行政违法层面还是刑事犯罪层面，司法实践中早有类案：广东惠州路某多次通过微信向好友转发淫秽小视频54个，被法院以传播淫秽物品罪追究；江苏苏州张某通过微信私聊向多名好友发送淫秽图片，被公安机关处以行政拘留。法律对此类行为的规制一直存在，只是公众认知与法律执行之间存在一定信息差。此次修订引发热议，一定程度上源于“明年起违法”这类标题带来的误解。

其次，公众最为关心的侵犯隐私问题，实则对法律实施逻辑的误

解。很多人担心私聊内容会被监管随意查看，但从司法实践来看，这种担忧完全没有必要。我国法律对公民个人隐私和通信自由的保护有着明确规定，公安机关办理案件必须遵循严格的法定程序，绝不可能随意监控、调取公民私人聊天记录。对于好友之间的私聊信息，公安机关无从掌握相关内容，除非接收信息的一方认为自身权益受到侵害并主动举报。换句话说，只有当转发行为侵犯他人合法权益，且被侵权人选择追究时，相关聊天记录才可能成为案件证据。

向好友发淫秽信息违法，前提是内容属于法律意义上的淫秽信息。朋友之间彼此接受、无伤大雅的玩笑或私下交流，与单方面、令人反感的骚扰行为在性质上有着本质区别。某种意义上，向朋友发送淫秽信息的违法风险，主要是被朋

友举报的风险。其核心运行机制在于，当信息接收方感到被冒犯、被骚扰时，可依法寻求救济、向公安机关举报。

法律将向他人发送淫秽信息纳入规制，不仅为了事后惩戒，更为了解正面引导。私人聊天空间虽具私密性，但并非法外之地。明确传播淫秽信息可能面临的法律后果，实质是提醒公民在人际交往中保持基本尊重，不得将私密交流异化对他人的骚扰或侵害。

网络技术的进步不断拓展着人际交往的边界，也持续考验着法律在保护自由与维护秩序之间的平衡智慧。面对法律表述的更新，我们无需过度焦虑，但可将其视为一次有益的普法契机：在享受通讯便利的同时，每个人都应意识到，任何自由皆有边界，尊重他人即是保护自己。

平安产险宁波分公司:践行金融为民初心 擘画高质量发展蓝图

近日,平安产险宁波分公司召开2026年一季度业务启动会,分公司总经理室、各机构及部门负责人、条线精英齐聚一堂,共同谋划新发展。

会上,分公司党委书记、总经理庞宁波作主题报告,坚守以人民为中心,持续深化金融“五篇大文章”,为宁波经济社会高质量发展贡献保险力量。

公司积极聚焦科技创新,推出“科技企业全周期护航计划”,以“保险+科技”双轮驱动,为企业提供知识产权等一站式风险保障。通过“政保合作+政策赋能+平台获客”模式,落地全国首创“科技保险补贴+遴选”机制,今年已为超千家科技型民

营企业提供专项保险服务,保额突破7.12亿元。

同时,公司深入践行普惠金融,围绕“三省”服务理念,打造“平安行”“平安家无忧”等“保险+服务”产品矩阵,覆盖多场景。积极参与“甬学保”“甬宁保”等普惠保险项目,惠及家庭超10万户。今年焕新推出“车险名片”,承诺“免费救援、年检代办、轮胎服务”及“快速响应、费用透明”等服务,依托“平安好车主”App为宁波超150万车主提供全方位便捷服务。

在推动行业转型方面,平安产险推动保险向“风险减量”转型,实施“平安红绿灯·道路安全风险减量公益行动”,在象山县完成8个高风

险路口智能化改造,安装预警设备34套,有效降低事故发生率。在安全生产领域,创新“安责险+科技+服务”模式,为19家属地央国企提供风控前置服务,构建“保、防、救”一体化体系。

针对宁波外向型经济特色,公司推出“平安24全球守护计划”,为企业及外派人员提供医疗、救援、责任等跨境风险保障,已服务155家企业,保额超211亿元。

2026年是“十五五”开局之年,平安产险宁波分公司将继续深化“保险+科技+服务”模式,在服务实体经济、保障民生、参与治理等方面持续发力,以专业能力与创新实践服务地方经济社会发展。

>> 宁波银行专栏

服装巨头如何实现资金“一盘棋”管理 宁波银行数字化方案助力企业破解

资金管理难题

随着全球化与规模化扩张不断深入,以服饰为代表的零售快消行业正经历着深刻变革——门店网络遍布全国乃至海外,传统的资金管理模式难以适应需求,企业资金管理挑战日益凸显。为此,宁波银行以客户为中心,量身打造数字化解决方案,助力企业实现资金“看得见、管得严、调得动”。

资金“散、繁、弱、深”困局待破
资金管理挑战集中在四方面。
资金分散是首要难题。数千家直营店、加盟店的资金沉淀在各地账户中,总部如同“雾里看花”,难以实时掌握资金状况。
对账繁琐紧随其后。多渠道销售

导致交易数据格式不一,财务人员不得不投入大量时间手工对账,效率低下且人力成本高企。

境外管理能力薄弱制约了企业的国际化步伐。海外账户往往游离于集团统一管控体系之外,资金调拨不便且伴随潜在风险。

更深层的挑战源于系统壁垒。企业内部办公系统、人力资源系统、财务系统与资金交易系统相互割裂,从业务审批到资金支付需要多次数据导表,流程冗长且容易出错。

四维升级打造资金“一盘棋”
针对这些行业痛点,宁波银行打造了零售快消行业数字化解决方案,通过四个维度升级,构建“总部-区

域-门店”三级资金管理体系,让企业每一分钱都“可视、可控、可调”。

一屏统管,终结资金分散。对接超过160家境内银行及主流支付平台,实现全国范围内分子公司、门店账户资金的透明化与可视化,总部可实时查看门店资金状况。

一键闭环,破解对账难题。自动获取各销售渠道订单与支付流水,完成对账稽核,极大提升企业财务管理效率。

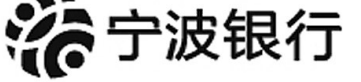
穿透管理,强化资金管控。综合运用多种金融科技工具,帮助企业实现境外资金的可视、可管与可归集,配套提供跨境风控服务,为企业国际化发展保驾护航。
无缝衔接,打破系统壁垒。“财



资管家”与企业内部办公、人力等系统深度对接,打通从业务审批到财务做账全链路,显著提升流程效率。
数字化方案赋能实体经济高质量发展

宁波银行数字化方案已在多家企业成功应用。以某大型服饰集团为例,该集团旗下拥有3000余家门店,接入宁波银行“财资管家”系统后,实现了对全国门店资金的线上化、统一管理,系统还帮助集团完成全球账户的“一图可视”,有力支撑了全球化战略布局。同时,通过与集团内部多套系统的深度直联,显著提升了运营效率与财务管理水平。

宁波银行将继续深耕行业细分领域,设计更多场景化、个性化的数字化解决方案,助力企业在新格局下实现高质量发展。



“强心剂”

见效。聚焦制造业、民营企业等重点领域,不断优化审批流程、提升服务效能,为更多上市公司提供精准、高效的金融支持,以实际行动助力资本市场稳定健康发展,为宁波打造现代化滨海大都市、浙江高质量发展建设共同富裕示范区贡献建行力量。(建轩)

多些李明明这样的“多管闲事”者

刘越祥

日前,京东余姚站副站长李明明被评为2025年浙江省“最美外卖骑手”。

李明明这一殊荣,是在“多管闲事”中做出来的。李明明是一名外卖骑手,本职是做好配送,可他跨界当起了食品安全的“吹哨人”,对配送过程中发现食品质量、卫生等问题,敢于与商家较真。在他的带领和影响下,他和其他骑手形成了“骑手群内汇集线索→向商家提醒→仍不整改再反映至监管部门”的监督流程。

李明明“多管闲事”难能可贵。面对社会问题,有人抱着“多一事不如少一事”的处世之道,“睁一只眼,闭一只眼”,不愿说、不愿管;有人明哲保身,生怕得罪人,害怕说、害怕管;还有的麻木不仁,甘当看客,懒得说、懒得管等。但李明明不一样,面对不良商家的问题,敢于指正举报,乐于监督监管。其责任感是沉甸甸的,勇敢正义的心是热乎乎的。

以非遗美食激发文旅融合新动能

景 新

近日,“宁波地标性非遗美食”评选活动结果出炉。首批入选的26道非遗美食,既有冰糖甲鱼、雪菜笋丝大汤黄鱼等经典甬菜,也有宁波汤圆、慈城年糕糕等小吃(12月23日《宁波日报》)。

非遗美食,是地域物产与生活方式的结晶,是手艺人代代相传的匠心呈现,也是一座城市记忆与情感的味觉符号。在文旅融合不断深化的大背景下,与走马观花式的观光不同,“逛吃游”深受游客特别是年轻人的青睐。在某社交平台上,“旅行中的地道美食”等话题浏览量达数亿次,不少游客从“看攻略”进阶为“写攻略”。这股由味觉驱动的社会热,不仅让地方美食成为旅游的隐形向导,更在无形中为城市文旅引流聚势。

刚发布的26道地标性非遗美食,是宁波递给游客的一张“味觉名片”,要想方设法用好它。

与成都的麻婆豆腐、夫妻肺片、担担面等“一小吃一故事”的品牌塑造相比,宁波在美食故事的整

李明明的“多管闲事”是社会所需的。食品安全问题,关乎千家万户。但餐饮食品安全的监督管理一直是老大难问题。一方面,餐饮商家多,监管难度大。另一方面,餐饮后厨相对隐蔽,到底卫生不卫生、质量过不过关,少有人了解,更别说指正了。而外卖骑手在配送食品时,与商家接触密切,不仅能看到后厨的卫生状况,还能通过眼看鼻闻识别出食品好不好。他们敢说敢管,不仅对商家能起到提醒、纠改等作用,更重要的是让消费者吃得安心放心。

李明明的“多管闲事”值得社会推崇。正如网友留言所说:“社会需要这样‘多管闲事’的人,群众都要当这样‘多管闲事’的人。”对李明明这种在行业前端乐于发现问题、敢于指正问题的人,就应该大张旗鼓地表彰、宣传和奖励,合法合理地保护他们的人身安全,为他们的“多管闲事”营造良好氛围,形成鲜明的导向,激励更多人参与其中。而敢于发声、敢于指正、敢于举报的人多了,社会问题就能得到有效遏制。

理、包装与推广上,还有较大提升空间。只有让味道与故事同行,才能在社交平台上形成“文化磁吸力”,把游客从线上关注转化为线下体验。

宁波不少特色美食缺少公认的传承人,也缺乏具有广泛影响力的传承品牌。以宁波汤圆为例,市场上商家众多,但真正坚持古法工艺、口味地道的并不多。当前,还需加快认定一批有代表性的传承人,扶持老字号振兴与新生品牌孵化,打造一批叫得响、尝得到的“金字招牌”。

鼓楼、城隍庙曾以浓郁的烟火气汇聚起宁波特色小吃,成为“老宁波”和外地游客不可错过的美食打卡地。但是,如今这些传统街区及东鼓道、宁大步行街等新兴美食场所,正在被奶茶、烧烤等全国通行小吃所“攻占”,本土特色美食难有发挥空间,城市美食的辨识度与聚集效应受到影响。在哪里吃到正宗的宁波非遗美食,而且可以一站式打卡,需要有一个能够集中呈现非遗菜品、承载文化体验、形成品牌辨识度的标志性集聚空间,把分散的特色美食聚成品牌合力,让宁波非遗美食成为文旅新亮点。