

让“上岸”成为“海员经济”突破口

陆仁

希腊“伊比利亚”邮轮靠港后船员搭乘专线逛商场，乌克兰籍海员亲手体验青团制作……据《宁波日报》报道，宁波口岸推出的海员管理新政落地一个月，近6000名各国海员走出宁波舟山港港区，感受城市烟火。让漂泊海上的海员顺利上岸、自在进城，是世界一流港口不可或缺的标配，对于提升港口服务能级具有重要意义。宁波口岸的探索，恰好印证了便利海员下地的必要性、可行性和长远价值。

海运是国际物流中最主要的运输方式，全球超过80%的贸易量通过海运完成。放眼全球成熟的航运枢纽，便利海员上岸已是通行准则。新加坡、鹿特丹、汉堡等国际大港，普遍简化海员登陆手续，配套接驳、购物休闲、短途观光服务，船舶靠泊后，海员可便捷上岸休整。这种便利性，成为港口吸引全球航企的软性竞争力。反观国内不少港口，过去海员上岸后的购物、餐饮、短途观光，能够直接激活与之相关的产业，持续释放服务业就业新空间，

只能困在船上。国际船员是一项比较枯燥的工作，海上航行船舱狭小、饮食单调，长期与外界隔绝，极易带来生理和心理上的疲惫。

海员利用靠泊时间，短暂上岸采购物资、放松休闲，是一项调节身心的基本需求。宁波舟山港年停靠船舶超2.4万艘次，跨境海员五十余万人次，硬件体量稳居全球首位，码头泊位、口岸查验、城市交通、商业配套体系完备，开放海员下地通行具备良好的基础条件。此次海事、海关、边检等部门打通流程壁垒，统一39家码头单位、145个泊位服务标准，上线多语言小程序，开通接驳专线，用制度破除堵点，证明宁波作为世界知名的口岸城市，完全有能力、有条件满足海员上岸需求。

便利海员上岸，并非单纯的人文关怀，更是拉动城市口岸经济、拓宽就业渠道、提升城市国际影响力的务实之举。庞大的跨境海员群体，是港口天然的流动消费群体。价廉物美的“中国制造”“宁波制造”，对国际海员极具吸引力。海员上岸后的购物、餐饮、短途观光，能够直接激活与之相关的产业，持续释放服务业就业新空间，

拓宽本地群众增收渠道，培育特色“海员经济”。过去，经常有人抱怨，港口货运“酒肉穿肠过”，对地方经济拉动作用发挥不够，做大“海员经济”是一个很好的突破口。

国际海员的工作特征，是“以船为家，四海奔波”。优化服务、创造条件，吸引来自全球各地的海员行走城市街巷，品尝特色美食，体验传统民俗，感受多样文明，也会为城市培育更多的“海外宣传员”。开放包容、温情细致的城市形象广为传播，必将持续提升港口的国际口碑，吸引更多航线、船舶选择挂靠，形成航运流量与城市发展双向赋能的良性循环。主动敞开城市大门迎接海员，可以让港口流量转化为更多的城市发展增量。

让海员愿意下地、乐于进城、敢于消费，打通上岸通道只是起点。长远而言，还需兼顾人文温度与口岸安全，持续优化管理模式，丰富服务供给。管理层面，应守住规范底线，依托“船员畅行”等数字化平台，在简化临时入境许可办理流程的同时，建立港区人员动态管理机制，以平衡港口生产安全与海员通行便利，避免“一放了之”。服务供给层面，则要贴合海员

多元需求，打造更多适合海员群体的购物、休闲体验空间，提供多语言向导、外币兑换、信息咨询等配套服务。同时，建立常态化反馈渠道，及时收集他们在出行、消费、生活、就医等方面的诉求，以便补齐短板，进一步提升服务水平，让每一位远道而来的国际友人，既能顺畅走出港区，也能真切感受到一座港口城市的善意与暖意。

“书藏古今，港通天下”。港口的实力，藏在万吨巨轮的吞吐量里，也藏在善待每一位远航者的细节之中。宁波口岸主动作为、深化改革，打破海员上岸的长期堵点，清晰传递出世界一流港口的发展逻辑；硬核集疏运能力与柔性人文关怀缺一不可。放下管理惯性，补齐服务短板，把海员上岸便利化作为港口标准化建设的内容，让上岸进城成为全球海员靠港的常态，一定能够打造更有温度、更具吸引力的宁波舟山港口岸名片。



刀片刺绳隔离网包围泰山是念歪了经

木须虫

近日，多位泰安市民及户外爱好者反映，泰山景区周边建成了长达135公里的刀片刺绳镀锌隔离网，将非游览区域层层围堵。据称，该工程旨在防火防虫。不少网友担忧，刀片刺绳隔离网可能破坏自然景观、阻碍野生动物迁徙，并有损市民进山权益（6月30日《羊城晚报》）。

诚然，森林防火与生态保护至关重要。泰山作为重要的生态屏障，任何可能引发火灾的行为都必须严防死守。但问题的关键不在于“要不要防”，而在于“如何防”。用135公里带有锋利刀片的刺绳将山体环绕，这种“硬核”防护带来的视觉冲击与心理隔阂，远超过其实际效用，划开了泰山与公众之间延续千年的精神纽带。

泰山之所以为“五岳独尊”，不仅因其巍峨，更因其开放包容的文化气度。从帝王封禅到文人登临，从百姓祈福到游客览胜，泰山始终是“天下人的泰山”。如今，刀片刺绳环伺，仿佛在宣告：此山非彼山，已非寻常百姓可亲近之山。

虽说“防逃票”是其潜在动因

之一，但暴露了管理思维的短视与功利。不可否认，少数驴友为逃票擅自闯入非开放区域，确实存在安全隐患，也扰乱了管理秩序。但解决之道，应是优化票务系统、加强智慧监管、完善巡查机制，而非以“一刀切”的物理封锁，将所有潜在访客拒之门外。这种做法，本质上是将管理成本转嫁给公众，以牺牲大多数人的游览体验与文化亲近感，来防范少数人的违规行为。这不仅是本末倒置，更是对“人民景区为人民”理念的背离。

刀片刺绳的“硬隔离”，隔离的不仅是人与山，更是管理者与公众之间的信任。当景区选择用“武装”姿态面对公众，其背后折射出的是治理能力的不足与沟通诚意的缺失。真正的安全，应建立在科学规划、精细管理与公众理解之上，而非依赖令人望而生畏的铁丝网。

泰山之重，重在其文化，重在其精神。我们理解防火防虫的必要，但坚决反对以“安全”之名行“封锁”之实。安全防护好经不应被念歪，一座山的尊严，不在于它被围得多严实，而在于它能否依然向每一位心怀敬畏的登临者敞开胸怀。别让冰冷的刺绳，割裂了泰山与公众间那份温暖的情感连接。

“后悔因人工智能裁员”的三重警示

丰收

一些专家和反对者曾经预测，人工智能将对全球劳动力市场造成严重冲击，而这似乎也被科技行业及部分制造公司的裁员计划所印证。但另一份报告也显示，55%因人工智能部署而裁员的企业，承认做出了错误的决定（7月2日央视网）。

在人类进入人工智能（AI）时代的大背景下，AI取代人类岗位、AI冲击就业的论调越来越多。据悉，部分国外知名企业此前以AI自动化、效率升级为由开始缩减人员规模。某些国内公司也以“AI替岗”为由裁员，在企业、司法、舆论等领域掀起波澜。

不可否认，随着大数据、大模型技术日益成熟，部分AI工具越来越“聪明”，功能越来越强大，给用人单位带来了降本提效的机会。于是一些企业迫不得已待用AI取代部分岗位，但最新调查显示，在大力推行自动化的公司中，许多公司后悔裁员，因为它们裁掉的恰恰是那些负责监督人工智能的关键人员。

于是，知错就改现象随之出现。例如，美国汽车制造巨头福特宣布重新聘用数百名经验丰富的工程师，以解决自动化系统无法处理的质量问题。澳大利亚联邦银行裁减了40多名客服人员，并用人工智能语音机器人取而代之，但带来的问题迫使其撤回裁员决定。

这些案例至少带来三层警示：其一，不能高估AI的替代功能。虽然AI功能日益强大，但只是工具而已，AI可以辅助人但未必能取代人；其二，对因AI裁员的后果认识不清、估计不足；其三，对AI时代员工的价值缺乏正确的

认识。

所以，企业应该读懂“后悔因人工智能裁员”释放的信号，避免重蹈覆辙。因为若因AI裁员又纠正，企业要承受的不仅是“折腾成本”，还可能面临产品质量风险、客户流失风险等。也就是说，企业因AI裁员，比不裁员的成本更大。

举例来说，如今不少国内外企业用AI取代人工客服，看似节省了人工成本，但澳大利亚联邦银行裁员后，人工智能系统不堪重负，导致客服系统瘫痪，电话量积压。而且AI客服只提供机械冰冷的服务，缺乏人的温度和灵活性，导致客户体验不佳。

部分企业将“AI替岗”作为裁员的“客观情况”，其实也是站不住脚的。杭州、广州等地的法院在审理相关案件时，已为这类违规裁员行为划出了“红线”。同时，企业也应从“后悔因人工智能裁员”中反思，“AI替岗”是否草率决策，是不是编造的借口？

从发展趋势来看，未来AI应用功能肯定比今天的更强大，但也不是意味着AI取代人成为必然趋势？客观而言，部分重复性强的工作岗位的确面临AI冲击，但很多岗位的员工仍具有不可替代性，因为AI能替代人的某些技能，但很难替代人的性格与温度。

今后，无论是AI研发方向，还是企业决策、政府政策设计，重点都应该围绕AI与人如何协同工作，让AI减轻人的工作压力，而不是取代人，让人失去工作。部分因AI裁员而后悔的企业，用真实经历告诉我们，草率用AI替代人工工作会吃“后悔药”。问题是，不是每次因AI裁员，都有“后悔药”可吃，因为企业草率裁员后，或将面临多种风险。

漫画角

层层诱导

近日，山东省淄博市高青县警方摧毁一个电信网络诈骗团伙。这个犯罪团伙在近一年的时间里，通过编排老物件回收直播内容，设置环环相扣的诈骗陷阱，骗取全国多省份270多位中老年人钱财200多万元（7月1日《工人日报》）。

王怀申 绘

司机险中救人与开什么车无关

马涤明

6月30日，上海青浦区G50高速出上海方向，一辆新能源汽车发生单方事故后起火，有车主在事故车前方停车，将女司机救出来。视频中，女司机已经瘫软在车前，被人迅速拖离正在燃烧的车辆（7月1日上观新闻）。

危急时刻，路过的司机奋不顾身救出被困女司机，令人感动和敬佩。然而，这一简单场景，却被加了一个“某某品牌车主救人”的无关背景。某网站转载此新闻时，标题被“润色”为《高速上某某品牌车撞护栏起火，有人拍到一路过的某某品牌车主

拼命把某某品牌车女司机救了出来，某某品牌官方：我们也赞赏推崇这种善举》。这么做，不仅别别扭扭，新闻传播上更有硬伤：危急时刻奋不顾身救人，只与见义勇为者的个人情操、善良和勇敢有关，跟开什么品牌的车有何关系？

英雄不问出处，到了这里，却被贴上了“开某某品牌车的英雄”的标签，荒唐的逻辑中，暗含某些商家蹭热度的商业宣传考量，见义勇为的英雄被强行绑架为“品牌代言人”。如此，不仅是对社会善举的亵渎，更让新闻传播变味、影响媒体公信力，相关品牌也不可能因此而捞到正向广告效应。只能说，某些商家、传媒严重低估了公众的

价值判断力。

对于见义勇为的英雄，不管是请客吃饭，还是送车，是车企自己的权利。然而，这种关怀行为如果强蹭社会善举的热点，在原本纯粹的见义勇为事件中植入商业广告，其实是对社会公益、公众情感的一种冒犯。车企赞扬见义勇为者“飞奔下车的样子，真帅”“点赞每一份见义勇为的勇气！”很好，没问题。但若加上“致敬心怀大义的某某品牌车主”，就有满满的“植入式广告”味道了。

“致敬某某品牌车主”实际上含着双重“致敬”，既致敬了见义勇为的车主，也致敬了某某品牌。显然，见义勇为与任何品牌和车辆

都不搭边。即便车主当时开的是其他品牌的车，或是骑电动自行车、共享单车，抑或徒步，都不会影响其见义勇为的决定和行动。可在车企的价值逻辑里，似乎见义勇为善举与“开着我家品牌的车”有关。如此荒唐的品牌形象策划，到底会提升还是拉低品牌形象与价值品位，是一个无需讨论的问题。

事实上，大品牌蹭公共事件热点做“植入式广告”，与某些网红主播制造噱头博流量，本质上没区别，社交平台、监管方面应一视同仁对待，任何人在规则面前都不能有特权。商业运作绝不能与见义勇为等公益传播搭配组合。

宁波市鄞州区人民政府关于银丰小区项目房屋征收决定公告

因旧城区改建的公共利益需要，根据《国有土地上房屋征收与补偿条例》（浙江省国有土地上房屋征收与补偿条例）《宁波市国有土地上房屋征收与补偿办法》等有关规定，宁波市鄞州区人民政府依法作出房屋征收决定（鄞政发〔2026〕21号），现将有关事项公告如下：

- 一、房屋征收范围为邱隘镇东至芳草路，南至中山东路，西至银丰小区一区，北至规划路。具体以房屋征收范围公告为准。
- 征收范围内涉及被征收总户数71户，总建筑面积约0.67万平方米，均为国有土地上住宅用房。
- 上述房屋被依法征收的，国有土地使用权同时收回。
- 二、上述被征收房屋由宁波市鄞州区房屋拆迁服务中心组织实施，并委托宁波市鄞州区邱隘镇拆迁办公室承担房屋征收与补偿工作，对被征收人依法予以补偿。

走擦边路线的低俗营销须付出代价

史洪举

近日，绿源电动自行车官方账号发布的宣传视频中，模特穿高跟鞋、黑丝袜，镜头特写隐私部位。有网友表示，模特穿搭不符合现实场景，拍摄视角引人不舒适，质疑故意“擦边”。7月1日，绿源电动自行车客服人员表示，账号运营由公司相关部门负责，已下架整改相关视频（7月1日《新京报》）。

在信息泛滥的互联网时代，要想吸引人们的关注，保持热度，必然要有新意和创意。故很多经营者和广告策划者挖空心思搞创意，但任何创意都应守住底线和公德，不能靠低俗、恶俗的擦边行为来吸引眼球。

市场经济也是法治经济，商家进行广告营销，不能只奔着博出位和吸引眼球而来，更应符合社会主义核心价值观，至少不能违背公序良俗，靠“开黄腔”，

走低俗、恶俗、庸俗路线来博取关注。《广告法》规定，广告应当真实、合法，以健康的表现形式表达广告内容，符合社会主义核心价值观建设和弘扬中华优秀传统文化的要求。广告内容不得妨碍社会公共秩序或者违背社会良好风尚；不得含有淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力的内容；不得损害未成年人身心健康。

上述相关营销视频中模特穿高跟鞋、黑丝袜，镜头特写隐私部位，且刻意予以展示。任何一个具有正常生活经验、正常价值观念、基本是非对错的判断力的人都能看出来，这么做，离健康和文明相去甚远，充满了油腻和低俗。

虽然电动自行车面对的消费群体是成年人，但互联网时代，不少未成年人也会浏览各种视频。这一群体正处于是非判断能力较弱、自我控制能力较弱、对新事物好奇且学习能力较强的时

期。如此擦边视频容易起到不良示范，带坏青少年的是非观和价值观。

对此，监管部门不能坐视不管，应及时查处违法行为，让靠擦边视频博取流量者付出代价。根据《广告法》，对于走低俗路线、违背良好社会风尚的广告，监管部门可对广告主处最高100万元罚款，情节严重的，还可以吊销营业执照。现实中，不少走低俗、擦边路线的经营者、营销者受到了相应处罚。

不得不注意的是，类似营销策略时有发生、屡禁不止，如曾经搞低俗营销的绝味鸭脖、椰树集团都被处罚过，但依然未能遏制其他行为人靠低俗博出位的冲动。这提醒监管部门，必须用实用法律手段，发现一起查处一起，进而倒逼经营主体心存敬畏，把公序良俗和社会公德放在心上，不再靠侮辱公众的三观来赚取流量和关注。

宁波市世纪汽车城二手车价格行情

| 序号 | 车型 | 排量(L) | 排挡 | 颜色 | 初次登记日期 | 里程(万公里) | 零售价(万元) |
|----|-------------|-------|-----|----|---------|---------|---------|
| 10 | 丰田卡罗拉 | 1.6 | 自动挡 | 白色 | 2015.12 | 9 | 3.88 |
| 11 | 保时捷panamera | 3.0T | 自动挡 | 白色 | 2018.7 | 14.9 | 38.58 |
| 12 | 长安奔奔E-STAR | 0.0 | 自动挡 | 白色 | 2021.7 | 6.8 | 3.08 |
| 13 | 长安欧尚H6 | 1.5 | 自动挡 | 白色 | 2019.12 | 4 | 4.28 |
| 14 | 红旗H5 | 1.5T | 自动挡 | 白色 | 2024.9 | 3.8 | 9.68 |
| 15 | 宝马X5M运动 | 2.0T | 自动挡 | 黑色 | 2024.8 | 3 | 23.68 |
| 16 | 荣威RX5 | 1.5T | 自动挡 | 白色 | 2018.3 | 8.9 | 2.8 |
| 17 | 大众波罗PLUS | 1.5 | 自动挡 | 白色 | 2020.1 | 6 | 4.78 |
| 18 | 马自达CX-5 | 2.0 | 自动挡 | 白色 | 2017.2 | 16 | 5.68 |
| 19 | 本田雅阁 | 1.5T | 自动挡 | 白色 | 2020.12 | 6.5 | 9.68 |
| 20 | 雷克萨斯NX200 | 2.0 | 自动挡 | 白色 | 2017.2 | 11.8 | 9.6 |

宁波市鄞州区宁穿路1021号 电话：13003728484