

加装电梯需要“热心肠”

易其洋

最近,在《宁波晚报》上,接连读到三则老旧小区加装电梯的新闻,不由得想到一句话:加装电梯离不开“热心肠”。

上个月,海曙联丰玫瑰苑31幢3单元加装电梯成功。从首次发起意愿征询到今年6月初正式投用,这台电梯的加装之路整整走了8年。玫瑰苑是1997年建成的老小区,6楼业主汪定芳的父亲生前已是90多岁高龄,下楼成了奢侈事。2018年,宁波首台既有住宅加装电梯在江东区(现鄞州区)孔雀小区投用,让当时担任业委会主任的汪定芳眼红心热,可推进远比预想中艰难,老父亲直到离世,也没能坐上电梯。

今年6月18日,江北慈城镇慈湖人家小区26幢53单元的加装电梯正式启用。居民傅师傅指着楼梯说,他患关节炎多年,爬楼是实打实的“酷刑”,“现在好了,电梯直通楼下”。作为这次加装电梯的牵头人,党员、退役军人王志坦言:“加装电梯最难的不是审批施工,是拢住大家的想法。有个牵头人盯着,有不同

声音及时沟通,事儿就成了一半。”

慈溪白沙路街道白果树社区中兴小区建成于上世纪90年代末,是典型的无电梯多层住宅小区,小区老年人口占比超30%,60周岁以上老人超380位。随着住户年岁渐长,“爬楼难”成了横在老人面前的一道坎。去年底,中兴小区首台电梯投用,这次又有两台在建,居民们的“电梯梦”正在实现。白果树社区党总支书记岑逸颖总结经验说,第一是选对牵头人,像中兴小区的楼道组长赵女士,靠着二三十年老邻居的情分,挨家挨户做工作,让常年不住小区的业主也爽快点头。

二三十年过去,一些小区老了,居民们也老了;人老了,腿脚不灵便了,爬楼就成了“难上难”。按理说,加装电梯是不二选择,但这样的“关键小事”,在现实中常常遭遇“一户反对,全楼停摆”的窘境。几十万元的资金从哪里来,复杂的审批流程怎么走,这些固然是难题,但最难的,还是楼上楼下的心思怎么拢,邻里之间的疙瘩怎么解。

在我居住的小区,多次听说,有居民想加装电梯,却不知道从哪里

下手,更不知道该由谁牵头。现在看来,老旧小区加装电梯,最缺的不是资金(政府有补贴)和技术,而是乐于牵头的“热心肠”。很多楼栋居民盼着加装电梯、享受便利,却普遍存在“坐等观望、无人牵头”的难题,最终让惠民实事一拖再拖。一个楼道里,能有一个“热心肠”,加装电梯就有了“主心骨”。汪定芳有为父亲着想的自利想法,但也正好说明,如果缺乏像她那样奔走8年的“热心肠”,许多下不了楼的老人真的会“抱憾离世”。

老旧小区加装电梯的矛盾,说到底还是利益博弈。高层住户图方便,低层住户怕受损。大家各有各的说法,也各有各的道理。如果高层和低层住户一味对峙,只会激化矛盾,有商有量才能化解心结。这时候,“热心肠”们该做的,正是穿针引线、弥合分歧的工作,了解清楚思想疙瘩在哪里、利益纠结是啥样,再一步一步想办法解决,就有了基础和条件。人都是有感情的,邻里之间,有人出面,把事情讲开了、说透了,“你赢我输”的零和博弈,也能变成“大家商量着办”的共建共治。

随着老龄化加剧,越来越多的

老旧小区面临加装电梯的考验,而且越来越紧迫、越来越严峻。加装电梯,有愿意跑断腿、磨破嘴的“热心肠”当然好,但如果缺乏制度性的安排和支撑,光靠“热心肠”们“孤军奋战”也不行。加装电梯要跑部门、走流程、搞公示,要征询意愿、分摊费用、签订协议、施工监管……桩桩件件繁琐得很。

这时候,不光需要社区居委会、街道办、基层党组织和职能部门搭把手,帮着“热心肠”们跑跑腿、撑撑腰,更需要各级政府部门和领导干部真正认识到老旧小区加装电梯作为“民生期盼”的重要程度,把它提上日程、放在心头,不轻视、不推诿、不扯皮。许多老人“盼加装电梯如大旱之望云霓”,却像汪定芳的父亲那样,“没能等到那一天”。再不能、也不该让这样的遗憾,成为更多老人(伤病者)无奈的哀叹了。



一场婚宴拆成五场:“小聪明”躲不过“大监督”



戈岩平

据重庆市纪委监委通报,涪陵高新区学区管理中心原主任李小燕,去年9月至10月为女儿违规操办婚宴五场,收受360余名管理和服务对象礼金,最终受到撤销党内职务、政务撤职处分。

一场喜事拆成五场,这哪里是“办喜事”,分明是把“喜宴”办成了“敛财宴”。用“拆分”掩盖违规,把权力贪婪裹上温情面纱,最终撕下的是纪律底线,透支的是公信力。

中央八项规定出台十余年,各地对党员干部操办婚丧喜庆早有禁令——控制规模、不得邀请管理服务对象。李小燕不是不知规,而是太“懂”规——她把一场婚宴拆成五场,每场人数“合规”,加起来却是一场规模空前的“人情税”征收会。这种“化整为零”的歪脑筋,比明目张胆违规更具隐蔽性,也更需警惕。事实上,类似的分批操办、异地宴请、化装成“答谢宴”“聚会”的变通手法并不鲜见:有的提前“预热”,事后“补请”,把喜事办成流水席;有的以亲属名义订桌,实则自己收礼;更有人借电子红包隔空敛财。这些操作看似披上了合规外衣,实则与规矩

“躲猫猫”,暴露当事人对纪律缺乏敬畏、对权力心存侥幸。

360余名管理和服务对象为何纷纷赴宴?李小燕手握考核、评优、晋升实权,她亲自或托人邀约,谁敢不给面子?这哪里是“人情”,分明是“权力变现”。一顿饭、一份礼金,表面是风俗,实质是以权谋私。对赴宴者而言,赴宴未必出于真心祝贺,更多的是一种迫不得已的“表态”。这不但加重了他们的经济负担,更污染了教育生态——教书育人的殿堂若被庸俗关系学渗透,同事之间讲的是“靠山”而非实绩,师生家长看在眼里,这种隐性伤害远不止几顿饭钱。

李小燕被撤职,咎由自取。个案查处是治标,更应治本。一方面,继续扎紧制度笼子,将“化整为零”“异地操办”等新型手段纳入监管视野,对申报不实、拆分办宴等行为划出清晰红线;另一方面,破除“人情社会”潜规则,让权力在阳光下运行,让下属敢于说“不”。这就需要深化考核评优机制改革,让教师可以凭真本事立身,不必靠“赶情送礼”铺路,从而铲除权力变现的土壤。

一场婚宴拆成五场,拆的是纪律威严,损的是干部形象,伤的是群众信任。作风建设永远在路上,任何“小聪明”都逃不过“大监督”。唯有心有所畏、行有所止,方能在“人情”与纪律之间划清界限,守住一名党员干部应有的底线。

AI脸越“完美”,观众越“发毛”

吴 霞

近期,“对AI脸感到不适”相关话题接连冲上热搜。微短剧主角个个高颅顶、大眼窄鼻、冷白皮,精致得挑不出错,可表情僵硬空洞,让人看着心里发毛(7月22日中国网)。

算法能拟合出符合大众审美的静态五官,却难以复现人类视觉系统高度敏感的生物运动信号。瞳孔缩放、表情肌协同收缩、光影随动作流动,这些动态线索的缺失或失真,直接触发大脑的知觉冲突。这不是观众矫情,而是数百万年进化形成的识别机制在履行职责。AI脸在“像人”与“非人”之间游走,恰恰踩中了这套机制最敏感的警报器。

值得警惕的是,这种技术幻觉正在形成新的审美霸权。当算法定义了“完美长相”的标准答案,高颅顶、冷白皮、大眼窄鼻成为批量复制的模板,内容创作就滑向同质化深渊。面部差异本帮助我们识别他人、判断意图,千篇一律的AI脸不仅消解了面孔的社会识别功能,更在扭曲观众的审美认知,让“无瑕疵”取代“有温度”,让“精致”碾压“真实”。

AI脸受到厌恶,既应引发反思,也应成为信号:可以利用技术压缩经费与制作周期,但不能用流水线产能替代艺术性和人文性。微短剧爆发式增长的背后,是制作方对效率的极致追求,AI换脸、AI生成角色,一套模板批量套用,百部“差

不多”的作品快速上线,争抢的是存量注意力,透支的却是观众对内容的信任。

真正打动人心的内容,从来不只靠无瑕的精致。演员眼角的细纹、说话时嘴角的轻抽、紧张时下意识的眨眼,这些“破绽”恰是生命力的注脚。王家卫拍《花样年华》,梁朝伟一个欲言又止的眼神能拍四十多条;周星驰的喜剧,夸张表情之所以动人,正因真实情感的极致外化。AI可模拟表情的“形”,却永远无法触及情感的“神”,因为“神”的背后,是一个真实生命体的全部经历。

面对AI脸的侵袭,观众正用脚投票。“求推荐真人演的剧”“看到AI脸直接划走”的呼声此起彼伏。这不是对技术的排斥,而是对真实的呼唤。再多“差不多”的产品只能争抢存量,一件“被记住”的作品就能创造增量。这个增量,来自创作者与观众之间“真心换真心”的默契。一句贴近生活的台词、一个让人会心一笑的动作、一段让人心头一颤的对视——真实才有打动人心的力量。

技术可拓展表达边界,但无法替代表达的主体;算法可优化生产流程,但无法生成创造的灵魂。当内容产业沉迷于用AI制造“完美幻觉”时,恰恰忘了观众愿意买单的,从来不是那张“挑不出错”的脸,而是被触动的感觉。有些价值,算法永远无法计算;有些温度,技术永远无法替代。

体育产业“适老化”需消除更多堵点

江德斌

截至2025年底,我国60岁及以上人口已达3.2亿,庞大的群体催生上旺盛的健身需求,“银发健身”逐步成为全民健身与银发经济的重要增长点。但热情背后,年龄门槛、保险桎梏等多重阻碍横亘在前。马拉松赛事、商业健身场馆普遍对高龄人群设置不同程度的限制,不少热爱运动的老年人被挡在专业运动场景之外(7月20日《半月谈》)。

长期以来,国内体育产业的产品设计、场景搭建、规则制定,始终以中青年群体为核心,形成了一套固化的年轻化发展逻辑。老年群体的运动需求却被忽视,各类隐性偏见与显性规则层层设限,把大批身体素质优良、热爱专业运动的老年人挡在正规健身场景之外,导致“有需求无场景、有热爱无渠道”的尴尬局面。

3.2亿老年人口的健身运动需求,并非小众民生需求,而是关乎全民健康与经济升级的重大命题。当前,妨碍银发健身的诸多堵点,集中体现为公共体育服务供给与人口老龄化趋势脱节、商业体育业态与普惠健身需求错位。因此,体育产业的适老化转型,不是简单的边角修补,而是覆盖规则、保障、硬件、服务的全方位升级,是推动全民健身事业走向公平、普惠、包容的必经之路。打破年龄偏见,重构柔性准入

规则。相关部门应出台引导性政策,督促各类体育赛事、运动场馆取消“一刀切”的年龄限制,建立体质优先、能力为本的科学准入机制。可通过专业体检、体能测评、运动履历审核等多元化方式,综合判定老年人运动资质,精准区分适配运动场景,既杜绝盲目运动风险,也为体质良好的老年运动爱好者开放专业赛道与健身场景,让运动权利回归公平。

补齐保险短板,筑牢安全底线防线。保险行业应把握银发经济市场发展前景,立足银发健身市场需求,针对性研发高龄人群专属运动保险、赛事意外险,放宽年龄限制、优化理赔条款、扩大保障覆盖面。推动政府、场馆、保险机构三方联动,建立老年健身风险分级管控、应急处置、纠纷调解机制,分摊运营风险,消解场馆与赛事方的后顾之忧,为银发健身场景开放提供制度保障。

推进全链条适老化改造,完善产业服务体系。全面落实体育场地适老化建设标准,升级公共与商业健身场景的硬件设施,配备防护型、可调式适老器材,完善防滑、应急、无障碍等配套设施。大力培育老年健身专业人才,普及老年科学健身知识与急救救助技能,推广个性化健身方案与体卫融合服务。将适老化健身场景建设纳入城市便民服务体系,打通老年健身服务“最后一公里”,让专业、安全、贴心的健身服务惠及每一位老年人。



漫画角

工具人

烤鱼店排队,新办理电话卡,看房充场,甚至替“打工人”冒充上司、替被父母催婚的年轻人冒充恋爱对象……遍地开花的轻松短期兼职,有些反映社会心态,有些则藏着普通人极易忽略的隐性风险(7月22日澎湃新闻)。

王成喜 绘

“订单取消”并不意味权益保障能取消

汪昌莲

李某是一名网约车司机,案发当晚,其驾车接乘客途中发生交通事故,在处理事故过程中,平台订单被取消了。不久后他突然倒地,经抢救无效死亡,医院诊断为其他原因猝死。当地劳动行政部门认为,李某的订单已被取消,不符合《新就业形态人员职业伤害保障办法(试行)》关于“在执行平台订单任务期间”突发疾病死亡的规定,决定不予认定为职业伤害。审理该案的重庆市永川区人民法院则认为,“任务期间”不能机械理解为止于“订单结束”的那一秒,而应理解为与本次订单相关的全部必要行为终结之

前。随后,李某被当地劳动行政部门正式确认为职业伤害(7月22日《工人日报》)。

网约车行业,具有流动性、在途性特征,从接单确认、驱车赶到接送乘客,构成完整连续的履职链条。司机接到平台派单、启动车辆驶向乘车点,此时服务行为已经启动,车辆行驶直接服务于订单任务。乘客单方面取消订单,本质是客运预约合同解除,仅仅改变供需双方交易关系,无法抹除司机已经开展履职行为的客观事实。不管事故发生在订单取消之前还是之后,伤害源于执行订单过程,二者存在清晰因果关系。倘若仅凭平台界面订单状态,直接否定职业伤害,明显割裂事实逻辑。

机械认定规则,暴露了新业态保障体系落地的现实短板。现行职业伤害保障制度,设置“执行平台订单任务期间”认定标准。部分单位将这一条文窄化为“订单有效存续时段”,把系统订单状态当作唯一标尺。这种数字化、机械化判定方式,忽视了现实场景的复杂性。一旦形成示范效应,容易催生规避责任的漏洞:乘客临时取消订单即可阻断保障,无数网约车、货运司机奔波路上的风险,随时可能处于保障真空。平台算法主导运营流程,网约车司机无法掌握乘客取消订单的时机,却承担规则僵化带来的不利后果,有违公平原则。

新就业形态人员职业伤害保障制度设立初衷,是为新就业群体出

行风险兜底。网约车司机的工作状态依托订单驱动,途中各类意外防不胜防。保障机制设计,应当立足其实际履职行为,坚持“工作原因、工作过程”标准,而非唯系统数据论,只要与订单相关的必要履职行为,都应当纳入保障考量范围。

平台经济蓬勃发展,劳动者权益保障,必须同步跟上。数字化订单只是服务载体,不能成为界定权益的“一刀切”标尺。新就业形态人员职业伤害认定与保障,应当穿透线上订单表象,回归伤害发生的客观事实。唯有秉持实质公平,打通保障堵点,不让突如其来订单取消成为新业态劳动者权益保障的“防火墙缺口”,才能让职业伤害保障真正守护新就业形态劳动者。

AI外呼“盲打”泛滥:技术红利不能沦为扰民利器

吴睿钧

暑期来临,不少消费者向上海市消保委反映,各类推销电话又进入了“活跃期”,有卖保险的,有办贷款的,有推荐种植牙的,涉及各行各业,且绝大多数来电已非人工拨号,而是由AI“外呼机器人”代劳(7月21日澎湃新闻)。

技术的降本增效,本是市场经济的进步,却被异化为扰民的“原罪”。数据显示,一台AI外呼机器人每日可拨号上千通,通话成本低至每分钟0.12元。极低的技术门槛、近乎廉价的运营成本,让原本仅限高利润行业的电话营销,变成中小商家全员入局的获客套路。

这种无差别“盲打”,正在倒逼消费者陷入被动防御的极端困境。为躲避AI骚扰,不少消费者开启全维度防骚扰拦截,甚至直接拒接所有陌生来电。这种“一刀切”的自保方式,是无奈的选择。消费者为规避骚扰,不得不牺牲正常沟通权益,外卖、快递、售后、应急电话等刚需来电被一并屏蔽,日常出行、生活服务、应急沟通受到影响。

市场经济中,企业主动触达潜在客户、开展合法营销是正常经营需求,消费者在房产、医疗、装修等场景中,也需要有效的商业资讯参考。双方的矛盾核心,不在于商业营销本利润行业,而在于AI外呼脱离合规边界:隐藏真实主体、隐瞒拨打目的、无视

用户拒绝、全天候无差别侵扰,打破了商业推广与私人生活的边界。

《民法典》《个人信息保护法》明确,未经用户同意不得推送商业信息,确立了商业营销的基本合规底线。但在实操层面,相关制度仍存在明显短板,针对AI外呼的界定标准、拨打时段、拨号频次、实名标注等关键环节,缺乏精细化、可落地的约束细则。制度供给的滞后,让监管缺乏精准抓手,也让不少商家钻了规则漏洞,肆意滥用AI外呼技术开展违规营销。

治理AI外呼扰民乱象,不能只靠消费者被动设防,需监管部门、平台、企业三方联动补齐治理短板。监管部门需加快完善相关法规,明确AI商业外呼的合规红线,划定禁止

拨打时段、限制拨号频次,强制推行来电实名标注制度,让每一通营销电话“来源可查、目的可知、责任可追”。行业平台需履行主体责任,完善AI外呼审核机制,封堵违规拨号漏洞,对高频骚扰、恶意盲打的账号坚决封禁追责。

AI外呼技术的诞生,本是为了提升商业沟通效率、优化市场服务体验,而非成为侵扰民众生活的工具。市场竞争不应是扰民能力的比拼,商业发展更不能以牺牲消费者生活安宁为代价。织密制度牢笼、压实各方责任,让技术发展始终行走在合规轨道上,才能平衡企业合理获客需求与消费者合法权益,让新技术真正服务市场、惠及民生。