

卫生费不是“乱扔通行证”



■本报评论员 黄婷

近日,临安百丈岭的云海雪景吸引了大批游客慕名而来,可游客留下的大量垃圾却让这份自然之美黯然失色。为了缓解保洁压力,百丈岭所属三个村子联合决定,向每位登山游客收取10元卫生管理费。这本是为了兼顾环境维护与游客体验,却让部分游客

产生了“交了钱就能乱扔”的错误认知。这一现象背后,折射出的是部分游客文明素养的缺失,更提醒我们:卫生管理费是环境治理的成本补充,绝非肆意破坏生态的“通行证”,文明登山才是奔赴自然之美最基本的前提。

收取卫生管理费,目的是为了平衡景区保护与游客需求。百丈岭因“探雪”爆火,日均游客达上千人,随之而来的垃圾量也快速增长。五六十岁的清洁员每天需往返五小时捡拾上千斤垃圾,村级保洁力量早已不堪重负。在此背景下,收取卫生管理费,既能为保洁人员提供合理补贴,也是弥补环境治理成本的必要手段。该费用经过区镇政府审定,实行专款专用,属于市场化调节机制。但部分游客将该费用曲解为“清洁服务交易”,认为交了10元钱就拥有了乱扔垃圾的“权利”。这种错误认知,本质上是对他人劳动成果的不尊重,更是对公共环境的漠视。要知道,这10元,远不足以抵消清洁员攀高涉雪、肩扛手抬的辛苦,更无法弥补垃圾对山林生态造成的不可逆破坏。

登山之乐,在于与自然的和谐相融,在于征服山路的成就感、欣赏美景的愉悦感,而非随心所欲的放纵。事实上,大多数游客都能自觉将垃圾背下山,看到清洁员的辛苦便不忍再添他们的负担。这说明,文明登山的理念并非没有根基,只是少数人的侥幸心理与自私行为,让这份美好打了折扣。

破解登山垃圾难题,不能仅靠保洁人员的孤军奋战,更需要制度保障、正向引导与游客自觉的协同共振。百丈岭的困境,是当下诸多网红自然景区的共同难题,单纯收取卫生费难以从根本上解决问题,唯有多方发力才能形成长效治理。

景区层面要完善配套设施,在登山沿线合理设置垃圾收集点,让游客“无处可扔”,同时也可借鉴武功山“绿色环保银行”的成功经验,推出捡垃圾换环保奖牌、卫生费返现等激励措施,将环保责任转化为正向反馈,让游客从“被动遵守”转为“主动参与”。政府与村集体要强化宣传引导,在景区入口、关键路段设置醒目提示牌,明确卫生管理费的用途与文明登山的要求。同时也应当进一步完善保洁人员的保障机制,解决保险、安全防护等实际问题,让守护美景的人得到应有的保障。

更重要的是,每一位游客都应守住文明底线,树立“环境共享、责任共担”的意识。户外出行时,妥善处理好自己产生的垃圾本应是游客的基本责任,这不仅是对自然的敬畏,更是对他人劳动的尊重。对于登山者而言,自觉,就是不随手丢弃一片垃圾,不辜负清洁人员的每一份坚守,让文明成为登山路上最美的风景。

百丈岭的雪很美,但比雪景更美的,是游客自觉守护美景的文明之举;卫生费的收取很有必要,但比收费更重要的,是每位游客的文明意识。别让一时的随意,破坏了自然的美好;别让保洁人员的辛苦,成为不文明行为的“背景板”。

勇敢不是征服 而是找回自己



■社会评论员 蒋小祺

据极目新闻报道,30岁的安安(化名)辞职后,决定从工作地上海独自骑电动自行车辗转3000多公里,返回老家广西南宁。

她骑的是一辆续航不到40公里的小“电驴”,一天需要充电三次,每天大约骑行三个小时。从去年12月24日开始,她就在社交媒体上分享她的旅程见闻和内心思考。对此,有网友发出“勇敢又自由”的赞叹,也有人质疑她“太闲”“炒作”。

无论围观者作何评价,至少“勇敢”两个字是没跑的。通常,我们习惯将勇敢定义为“征服”,比如征服高山或完成某种看似不可能的目标。但其实,每个人所匹配的勇敢都是不一样的。对安安而言,这次举动所呈现的勇敢,就是离开倦怠麻木的城市生活,通过近一个月的“无所事事”的骑行,重新找回自己。

这种勇敢,首先体现为对“效率至上”的反叛。当高铁动车朝夕至,飞机又可以几小时内跨越数千公里山河时,为什么还要选择骑行回老家,这岂不是舍近求远吗?

她也没有选择走最近的路线回南宁,而是特意从沿海地区绕行。这一“求远”之举,在功利主义的标尺下显得极不划算,但符合安安的内心预期。因为她不仅可以避开吃辣区域,还可以减少冬季恶劣天气对骑行的影响。

这种勇敢的第二层含义,是对不确定性的坦然拥抱。长途骑行注定伴随着层出不穷的状况:摔倒、多变的天气、崎岖的道路、意外“罢工”的电动自行车……普通人会将这些不确定因素视作“敌人”或阻碍,但安安却选择坦然接纳它们作为旅途的一部分。她随身带着糖果和瓜子,享受着骑行中的风景,也用轻松的心态去应对各种突发状况。正如她在途中所悟:“沉浸在大自然里,反而感觉自己慢慢恢复了能量。”

而这份勇敢最宝贵的地方,在于它祛除了“远方叙事”的浪漫滤镜,重建了人与人的具体联结。一路上,安安遇到了很多温暖的人和事,修车店老板让她免费充电、卖糖的老婆婆送给她一袋土鸡蛋、日式烧烤店老板娘请她免费吃早餐……

在社交媒体上,像安安这样勇敢上路的人并不少见。他们有的开着房车漫游中国,有的徒步穿越数个省份,有的骑摩托车记录旅途生活。因为有了社交媒体,我们得以“看见”他们不一样的日常。他们赋予了勇敢新的定义:它未必是披荆斩棘的豪情,而是勇于挣脱惯性生活的决心,并且忠于自己的内心,敢于“浪费”大量精力和时间在一件自己认为有意义的事情上。

此刻,安安可能还在驶向故乡的路上。人生如白驹过隙,转瞬即逝,如果志在四方,便更要背上行囊出发,去广泛地见识和游历,正如我们人生的路径,先向外生长,再去修剪枝桠。在旧岁与新岁交替之际,愿我们带着所有的不确定,满怀希望启程吧。在积蓄与生长之间,温柔地、轻盈地,游向属于自己的春光。

机场里的“浪漫补给站” 彰显城市软实力



■本报评论员 靳林杰

春运期间的萧山机场,“浪漫补给站”的免费鲜花,依旧在扮演着“温暖传递者”的角色。从去年5月萧山机场联合商业公司在航站楼接机口设置“浪漫补给站”以来,已有超过9600枝鲜花经接机人的手,被郑重送出。

9600枝鲜花,意味着9600次见面。这个数字放在日均客流十几万人次的萧山机场,不过是沧海一粟。但因为有人愿意取一枝花,送给那个等了很久的人,此处“浪漫补

给站”便不再是简单的服务项目,而成了一种情感驿站。

一枝鲜花,是给久别重逢的仪式感。机场、车站,每天都在上演离开与归来。这里有送别时不敢回头的背影,也有重逢时不知从何说起的心情。无数情感淤积在到达口,只差一个出口。而一枝鲜花,就是那个出口。

很多人重情义,却讷于表达;满心牵挂,开口却只剩一句“那走吧”。当鲜花在手,那些堵在喉咙里的话,终于有了寄托。当一枝鲜花从一个人手上递到另一个人手上,情感的闭环就此完成。仪式感从来不是矫情,而是在日常里用心写下深情的注脚。

一枝鲜花,也是一次对“既有资源”的重新想象。航站楼里的花店,原本只服务于愿意付费的旅客。但有了“浪漫补给站”,每天12:30和18:30,那些从花店出发的鲜花,便迎来重新表现的机会。

它们还是同一批鲜花,但身份彻底变了。这些鲜花从“待售”变成

“待赠”,从“交易标的”变成“情感媒介”。通过简单的物理位移,就完成了一次价值的升维。它不再标价,却更珍贵。

一枝鲜花,更是一座城市不言自明的软实力。机场的核心任务是准点,不是浪漫。没有哪项考核指标要求机场为接机人备花,没有哪份行业规范把“仪式感”写进服务质量评分表,但萧山机场选择推出“浪漫补给站”。这“多做一点”的背后,是一座城市的人文自觉,它不再只关心如何把人更快地送达,也开始关心,人心抵达时,是否一切都刚刚好。

或许有人会说,这是机场的营销噱头。不妨认真辨析,真正的营销,目标通常是品牌露出与二次转化,而萧山机场的“浪漫补给站”,意图单纯而朴素,就是想让更多人感到温暖。所以,这不是营销噱头,是值得被看见、被放大的运营巧思。

更何况,杭州本就是一座被鲜花浸润的城市,每年都会出圈的高架月季,早已证明了这座城市的浪

漫气质,萧山机场的鲜花,并非孤立的创意,而是整座城市审美与情感气质的自然延伸。它从城市的街头巷尾,开进了航站楼的到达口。

一朵花其实并不能盛开很久,但一枝在机场被送出的鲜花,或许能被记住很久。这便是“浪漫补给站”更深远的溢出效应,它滋养的不是客流数据,而是每一个送花人与收花人的心。它让机场不再只是出发与抵达的中转站,而成为一个可以被感动的地方。

在春运这个情感浓度最高的时节,这样一枝鲜花,更显珍贵。它传递的是喷涌的思念,承载的是无言的牵挂,彰显的是一座城市愿意在人文关怀上花更多心思的软实力。

萧山机场的浪漫鲜花,或许终将被更先进的服务模式所取代。但旅客在社交平台上留下的那句“最暖心的接机仪式”,已经标记了一座城市在某个时刻抵达过的人文高度。所以,萧山这座城市为何能让人向往?在下飞机的那一刻就知道了。

人形机器人需要价值回归



■本报评论员 周珂

最近,人形机器人成了繁忙的“硅基打工仔”。它们穿着大花袄,跳着《大花轿》,在年会上吸引大众目光。

但若将目光从喧闹的年会舞台移开,会发现一个更具深意的变化:人形机器人的身影,正从聚光灯下的“显眼包”,悄然渗入更多真实场景与公共服务领域。一“机”难求,档期排至三月底,不仅是“机器人热”的佐证,更是人形机器人从“展品”走向“用品”的生动图景。

人形机器人的真正优势,不在于它是人形的“形”,而在于它能融

入为人服务的“场”。年会舞台上,它能跳《大花轿》、能空翻,靠的不是比人类跳得更好,而是它自带话题、天然吸睛。它填补的,是大众对“仪式感”和“科技感”的双重渴求。

在文旅领域,人形机器人能导览、能互动,从“引流噱头”升级为“服务助手”;在商业领域,品牌快闪、直播带货、开业迎宾,扮演的是“氛围组”,也是流量“转化器”;在公共服务领域,学校将其视作AI科普的助教,社区养老场景也已试点机器人陪伴。

这些或许尚不成规模的应用,正指向一个清晰的转型:人形机器人正从“表演者”向“协作者”过渡。

这种转型并非一蹴而就,而是建立在快速的“能力迭代”之上。从固定动作到定制编排,机器人的进化远超预期。这种迭代,不是实验室里的参数堆砌,而是在商业演出与客户反馈中完成的“实战进化”。根扎得越深,场景落得越实,机器人

的能力边界就越宽。可以预见,当跳舞稳了、互动灵了,它们在工业、医疗、养老等场景的应用,也将水到渠成。

然而,热闹的租赁市场,也恰恰照见了该产业当下的瓶颈。

单台日租金七八千元,档期排满,看似供需两旺,实则暴露了“买不起、租得起”的阶段性困局。动辄十万元以上的售价,将绝大多数中小企业与普通家庭挡在门外。所谓“爆发”,本质上是购买力不足下的替代性繁荣。人形机器人要真正从“表演者”走向“协作者”,必须在降本增效上取得实质性突破。只有当更多用户从“租”转向“买”,机器人才能从网红蜕变为长红。

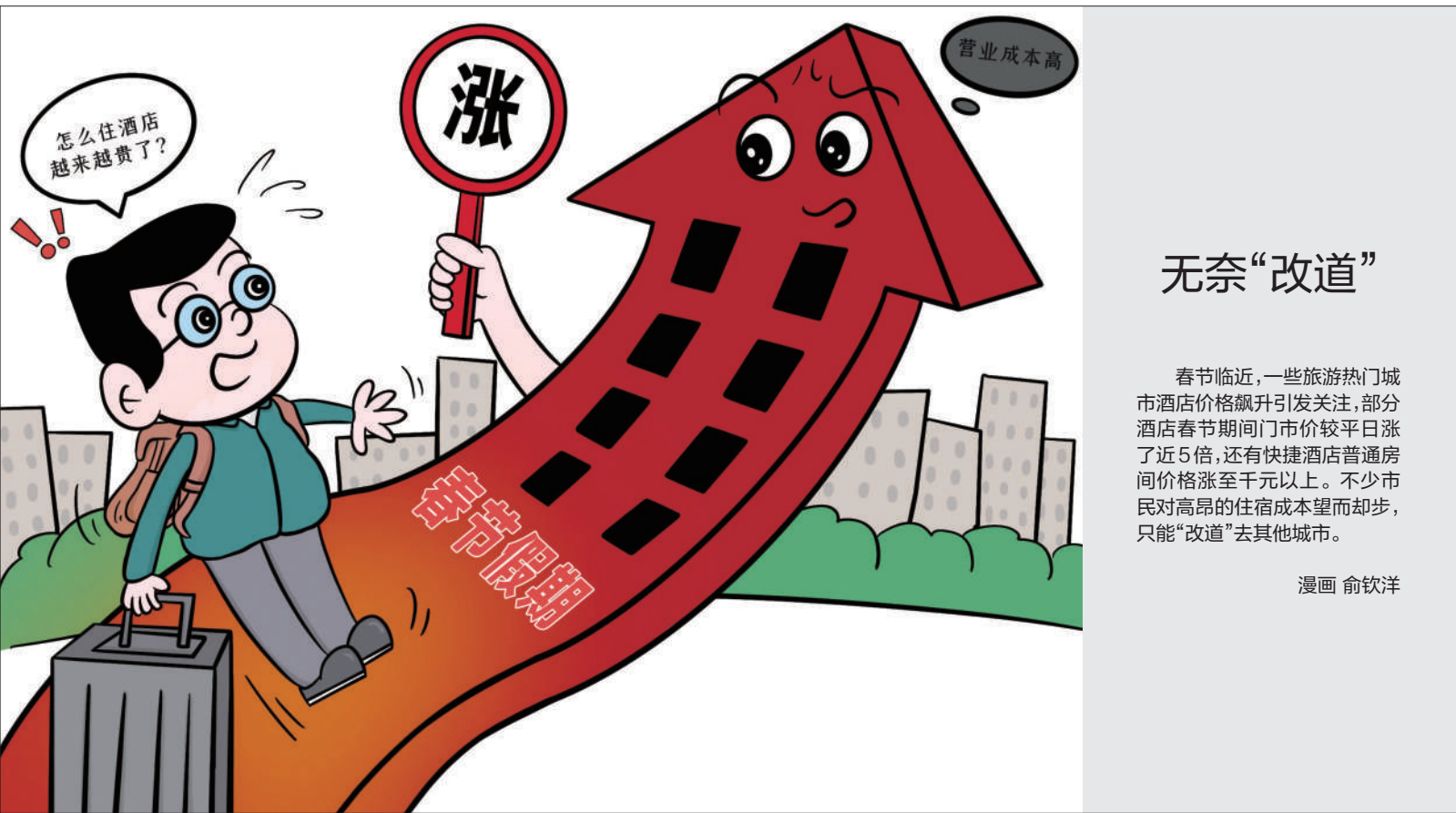
此外,安全性与可靠性的行业标准尚属空白。不是所有舞台都适合空翻,也不是所有场景都具备人机协作的安全条件。当前多靠租赁商现场评估、人工控场,一旦应用规模扩大,这种“人盯机”的模式将难

以继。

年会上的《大花轿》终将曲终人散,但舞台之外,更需要我们以审慎而开放的心态,为这个新“工种”划定跑道、铺设轨道。

政府层面,宜定期举办场景需求发布会、技术成果路演会,让应用端把“需要什么样的机器人”讲清楚,并进一步细化监管标准,明确机器人表演的安全距离、舞台要求等细节;企业层面,应加大研发投入,针对特定场景做深做透,比如开发专门用于仓储巡检的版本,强化续航与避障能力;行业层面,应建立协同生态,鼓励头部企业将部分底层技术开源,吸引中小开发者基于统一平台开发场景应用,共同把产业蛋糕做大。

真正的科技,从来不是用来观赏的烟火,而是托举生活的基石。当人形机器人不再以“新奇”取胜,而是以“可靠”立足,那时我们就能真正说一句:未来已来。



漫画 俞钦洋

别让“代磕头”解构了春节的意义



■首席评论员 俞海波

近日,一跑腿服务平台推出了春节代拜年服务,其中999元起的“代磕头”服务引发网络热议。在舆论压力下,平台宣布已将引发争议的服务项目予以下架。

如今,找人跑腿代办事已不新鲜,但“代磕头”服务,则充满了黑色幽默,试想一下,家里的老人尴尬地看着陌生人扮演子女磕头行礼,把传统仪式变成了一出闹剧。

由于种种原因,很多子女没办法回到家乡与老人团聚。那么找人到家里转一转,为父母买一些年货,做一些杂活,不仅体现了子女的孝心,也能缓解老人的孤独。这说明,其实代拜年服务还是有其存在的意义的。

所以问题还是出在“代磕头”所

代表的意义上。子女如果不能团聚,这些礼仪本来就无足轻重,自然能免则免。一定要较真的话,视频通话时行一下礼也不是不可以。但雇人到现场磕头,意义就完全变了。这也就等于,选择“代磕头”服务的晚辈,内心认为长辈非常在乎表面功夫和权威感,是极端要面子的人,因此才会这么在意有没有真人现场磕头。

如此一来,“代磕头”就解构了春节的意义。在这样的语境里,春节变成了长辈对晚辈展示权威的时

间,过年变成了面子大赛。而“代磕头”撕下了这光鲜的体面,将亲情替换为商业关系,将过年变成了玩笑。

然而事实完全不是这样的。春节的核心价值和意义就是合家团圆,让人感受到亲情的温暖,而非展示尊卑有序的“仪式感”和享受被众人吹捧的“面子”。唯有坚守春节的核心价值,才能杜绝奇奇怪怪的“代磕头”之类的服务出现。许多家庭也就是过年这几天能够团聚,让每个成员都享受几天顺心安心的生活,才是家庭和睦的意义所在。

萧山区 潮汐预报	位置	2月14日晚潮时间	高潮位(米)	2月15日早潮时间	高潮位(米)
	观潮城(仓前)	12:50	4.50	00:30	4.10
	城市阳台(奥体)	14:18	4.50	01:58	4.20
	闻家堰	15:20	4.60	03:00	4.40
	潮水涌高等级	危险	备注:受多因素影响,该预测仅供参考。		