

### 关注

## “一元赔偿”有“千钧之意”

□关育兵

近日,湖北长阳“天降矿泉水瓶砸坏辣椒苗”事件引发热议。陈女士因楼上坠落的矿泉水瓶砸断自家田里几棵辣椒苗,将小区业委会诉至法院索赔1元。法院判决业委会赔偿1元,由全体业主共同承担。一瓶水、几棵苗、一元钱——看似“微末”的官司,却讲出了一个分量千钧的道理:高空抛物是违法行为,危害公共安全,法律绝不姑息。(5月30日 人民日报)

从表面看,陈女士的损失微乎其微,几棵辣椒苗市价不过数元,索赔1元更像是一种象征性维权。然而,这起案件的背景不容忽视:陈女士家紧邻小区楼栋,这已不是第一次“天降异物”,屡屡发生的高空抛物,严重侵扰了她的正常生活,更埋下了公共安全的隐患。陈女士报警后,因小区监控存在盲区,无法锁定具体侵权人。在此情形下,法院依据法律精神,认定小区业委会在履行安全保障义务上存在一定过错,应承担相应责任。1元赔偿,不是对损失的“估价”,而是对责任的“定调”。

有人说,为了几棵辣椒苗打官司,是不是“小题大做”?恰恰相反!高空抛物的危害,从来不以“物品大小”而论,一个鸡蛋从25楼抛下,足以伤人死亡。陈女士的辣椒苗,不过是一个警示的缩影。如果因为损失轻微就无人问津、无人追究,那么高空抛物的侥幸心理就会蔓延,头顶上的安全就永远是一句空话。

法律的价值,不仅在于事后惩戒,更在于事前震慑。1元钱的赔偿,如同一记清脆的警钟,让所有人听到:高空抛物,不是“没素质”那么简单,而是违法犯罪,是要付出代价的。

这起判决的深层意义,在于它向社会传递了一个明确信号:高空抛物,没有“法不责众”的侥幸,也没有“损失轻微就免责”的漏洞。今年1月1日起新施行的《中华人民共和国治安管理处罚法》首次将“高空抛物”列为单独的治安违法行为,明确规定只要行为危害公共安全,无论是否造成后果,都将依法处罚。这意味着,法律已从“结果导向”转向“行为导向”——扔下一个矿泉水瓶的那一刹,违法事实即告成立。陈女士的1元官司,正是这一法律精神在民事领域的生动映照。

而1元赔偿由全体业主共同承担,更是意味深长,它彰显了一份法治的尊严、一份安全的承诺、一份对规则的敬畏。它提醒每一位业主:防范高空抛物,不是“别人的事”,而是整个社区的共同责任。

希望这起案件能让更多人明白:法律面前,没有“小事”;头顶之上,不容“任性”。当每个人都敢于为“一棵辣椒苗”讨个说法,当每个小区都主动组织防范之网,高空抛物这一“悬在城市上空的痛”才能真正得到消解。

## 大学允许拾荒老人进校园 让善意浸润学子成长

□郭元鹏

“我想感谢一个特殊的部门——兰州大学保卫部。我常常在兰州大学的校园内看到拾荒的老人。每每看到,我都不免动容,一方面为他们拾荒而感到酸楚,另一方面因为兰州大学的保安总会默许拾荒的老人进来,让他们获得谋生的空间。”近日,兰州大学2026届硕士毕业生冯紫东,在毕业论文致谢中特别提及学校默许拾荒老人入校一事,引发广泛关注。

一篇论文致谢,让兰州大学的这份温柔意外走红。没有大张旗鼓的宣传,没有刻意策划的活动,只是校园里每天发生的寻常事,却被学生看在眼里、记在心里,写进了人生重要的答卷里。这份藏在角落里的善意,恰恰道出了大学最可贵的地方。大学的根本,不只是传授知识、钻研学问,更是涵养人心、教人向善。一所真正的好大学,不光要有学术的高度,更要有育人的温度。寒窗苦读这么多年,学生们学到了专业知识、锻炼了科研能力,而校园里这份日复一日的包容与善意,悄悄教会了他们什么叫悲悯、尊重、初心、知识让人有了谋生的本事,而善意让人守住了做人的底线。

这位毕业生把这份温暖的温暖写进论文致谢,不是小题大做,而是一种清醒的成长。他读懂了学校无声的教诲,也明白了求学的深层意义:心怀善意、体恤他人,拥有让这个世界变好一点点的能力。

教育的终极目标,是培养有温度、有情怀、有担当的人。规则是社会运转的基石,但善意是人心相通的桥梁。一所大学的“大”,不在于楼有多高、排名有多靠前,而在于它有多大的胸怀、有多这份温柔。

愿每一位学子都能带着这份校园赋予的善意,走出校门后也能用自己的方式,温暖这个世界。

## “阳光”是业委会最好的“防腐剂”

□黄祖祥



近期,丰泽区宣判一起业委会成员职务侵占典型案例——2025年5月26日至11月21日,蒋某利用担任某小区业委会财务委员的职务便利,私自挪用小区公共收益共计65.5万元,用于个人消费、投资理财等私人用途。经有关部门查明事实、依法审理,蒋某最终被判处有期徒刑4年,并处罚金5万元,违法所得全部追缴退赔。这起案件深刻暴露了当前部分小区业委会的监管漏洞,敲响了基层治理现代化、规范化的警钟。对此,丰泽区住建局专门开展一场“沉浸式”法治教育课,组织各街道办事处、相关社区以及部分业委会成员、物业公司负责人现场旁听此次庭审,充分发挥典型案例的警示教育作用,从源头上防范业委会廉政风险。

公共收益管理是小区治理的“晴雨表”,更是检验业委会公信力的“试金石”。在这背后,业委会监管看似“小事”,实则关系千家万户的切身利益,关乎基层社会的和谐稳定。当前,因小区业委会运行失范而导致的乱象,成为各地基层治理普遍存在的痛点,比如准入把关不严,导致少数品行不端、动机不纯的人员混入业委会;财务管理混乱,公共收益成为“糊涂账”,甚至被私自挪用、侵占;履职严重缺位,不

少业委会形同虚设,物业服务质量监督不力,甚至与物业公司形成利益捆绑;监督机制缺失,街道社区指导监督不到位,业主维权渠道不畅,事前预防体系不健全,往往等到问题爆发造成严重后果才进行事后惩戒。这些问题的积累沉淀,不仅损害业主的合法权益,更激化小区矛盾,影响社区和谐稳定。

作为连接业主、物业与社区的关键枢纽,业委会本应是全体业主权益的“守护者”,却在少数人手上异化成中饱私囊的“自留地”。如何织密监管网络,规范业委会阳光运行,成为当前泉州推进基层治理现代化面临的重要课题。

加强业委会监管,首要在于把好源头准入关,从选人用人上筑牢第一道防线。选好业委会成员,关键在于建立严格的资格审查机制,防止候选人“带病参选”。在人选深入“摸”、资格从严“把”的基础上,各地可以推行街道、社区党组织牵头,联合公安、住建等多部门的候选人联审制度,优先推荐公道正派、责任心强、懂财务懂法律的党员业主参选,同步明确负面清单,坚决将有违法犯罪记录、失信行为、利益关联的人员挡在门外,真正把业主信任得、靠得住、能办事的人选挑进业委会,筑牢信任基石。

加强业委会监管,核心在于激活群众监督力量,让业委会在阳光下运行。业主是小区的主人,也是业委会最直接、最有效的监督者。各地要积极探索鼓励小区成立事务监督小组,由业主代表、党员、退休干部等组成,对业委会决策、财务支出、合同签订等进行全程监督,及时审查业委会工作、

罢免不称职成员,降低业主维权门槛和成本。要打通信息公开的阳光通道,强制要求业委会定期公示公共收益收支、维修资金使用、重大事项决策等内容,第一时间通过业主微信群等渠道发布,确保每一位业主都可查可质。这种“指尖上的阳光”,让监督变得触手可及、让参与更加便捷高效,业主一旦发现账目不清、资金去向不明等问题,可第一时间向社区、街道或住建部门反映,有效遏制业委会的不作为、乱作为。

加强业委会监管,关键在于强化部门履职,构建全方位、多层次的监管体系。各地街道、社区要切实履行属地管理责任,全程参与业委会的组建、换届和日常运行指导,建立业委会重大事项报备制度,对选聘物业、动用维修资金、大额公共收益支出等重要决策实行前置审核。期待建立健全业委会履职考评机制,推行业委会“选前培训”和“离任审计”,持续提升业委会成员依法履职、议事协调和小区治理能力,推动业主自治走向规范化、专业化。

让业委会在阳光下运行,本质上是回归居民本位,保障业主当家作主的权利,也是破解业委会信任危机的最可靠路径。期待在推进基层治理现代化进程中,切实把好准入关,激活监督权,织密监管网,让业委会以更加阳光透明、更好地维护业主权益、服务小区发展,让每个小区都能成为业主安心、舒心、暖心的幸福家园。



### “AI替岗”

当前,AI技术在赋能千行百业的同时,也对就业市场造成一定影响,有些企业以“AI替岗”为由单方面解除与劳动者的劳动合同,劳动纠纷也随之而来。

专家指出,“AI替岗”是企业为适应市场竞争而作出的主动选择,如果企业据此解除员工的劳动合同,实质上是将技术迭代的风险转嫁给劳动者。企业在AI浪潮下如果确需进行业务调整,应遵循协商、调岗、培训的思路,保障劳动者就业权利和职业尊严。

(工人日报/文 视觉中国/图)

### 景区自助矿泉水仅一元

## 这样的“作业”可以大胆抄

□吴志明



近日,河南仙门山景区凭借山顶一元自助矿泉水火爆全网。在文旅行业商业化加剧的当下,仙门山的一元平价水堪称一股清流。这个小小的摊位,像一面镜子,映照出文旅行业最珍贵的初心,也因此收获全网点赞,“良心景区”的赞誉纷至沓来。事实证明,仙门山这份接地气、有温度的行业“作业”,值得全国各大景区大胆借鉴、主动抄写。

在网友发布的视频中,海拔1314米的醉云亭山顶堆放着大量矿泉水,旁边有收款二维码,标牌上写着“一元一瓶,扫码自取,搬运不易,按需购买”。景区工作人员表示,无人售卖摊位设立的初衷,就是为了让更多游客能喝到平价水,这些水全靠人力搬运至山顶。因为无人值守,有人买水时特意多扫码表示支持,也有少数人取水他们没有扫码付款。但哪怕成本倒挂,他们也会长期坚持这项便民服务。

仙门山这份“作业”值得抄写的,首先是“让利于民”的经营理念。长久以来,景区尤其是高海拔景区物价高企已是不争的事实,山脚一瓶两元的

矿泉水,到了山顶能卖到五元、十元甚至更高。这虽是市场默认的“合理溢价”——部分景区山顶物资全靠人力搬运,山路崎岖,每一项物资的背后都有着实实在在的人力、时间成本,都要符合市场规则、明码标价,本无可厚非,但却影响了游客的体验。仙门山反其道而行之,山顶矿泉水只卖一元,打破了景区高价消费的刻板印象,这是对游客消费痛点的精准回应。这一元钱,扣去人力成本、进货成本,利润微薄,却让大众看到文旅服务最本真的模样,赢得了游客的尊重与口碑。

这份“作业”值得抄写的,还有“以人为本”的服务温度。如今很多景区热衷于打造网红打卡点、重金投放广告,却忽略了游客最基本的体验需求。殊不知流量时代,口碑就是最好的广告,游客的点赞比任何营销都管用。仙门山坚持一元售卖矿泉水,只为在游客最口渴、最疲惫的登顶时刻,把方便和实惠留给他们。这种将游客体验置于短期经济效益之上的做法,这份以人为本的坚守,没有华丽营销,没有刻意炒作,却圈粉无数、刷屏全网。从目前舆论的关注度看,其效果已十分显著。这样的口碑,不仅可以有效提升景区短期的客流量,长远来看更能成为助推景区长期发展的“隐形资产”,对其今后的发展也有裨益。

更值得抄写、推广的,还有那份双向奔赴的信任与包容。无人售卖的模式,是景区对游客最大的信任。事实证明,这种信任并没有被辜负。游客也用温柔回馈这份真诚,绝大多数人自觉扫码付款,不少游客甚至还主动多付钱款,以善意回馈景区的惠民之举。景区以诚意善待游客,游客以自律回馈景区,这种双向奔赴,正是社会诚信体系建设最生动的实践。诚然,有少数游客取水未付款,留下些许遗憾,但这并未消解整体的温暖。而景区表示不会因个别不文明现象叫停便民服务,这份包容与坚守,远比任何营销套路更动人、更有力量。

归根结底,旅游发展从来不是“一锤子买卖”,当游客在山顶的无人小摊前扫码买下一瓶一元钱的矿泉水时,他们买到的不仅是一瓶水,更是一份被善待、被信任的感动。这份感动,会让他们记住这个景区,会让他们愿意再来,愿意推荐给朋友。这才是景区经营的长久之道。仙门山交出了一份漂亮的文旅行业“作业”,让更多景区能借鉴好这份“作业”,让旅游回归本质,让游客感受到更多的温暖和关怀。



### 世相观澜

#### “孤独树”遭砍伐 错位冲突

●多名陕西网友近日发视频称,西安蓝田县前卫镇大亮村的网红“孤独树”被砍断树枝,此前茂密的枝叶变得光秃秃,只剩下主干部分矗立麦田。记者了解到,因游客打卡时多次践踏麦田,村民无奈才将自家麦田里的网红树砍断树枝。尽管如此,仍有不少人对树干拍视频。(5月30日 极目新闻)

郭元鹏点评:“孤独树”遭砍伐源于游客和村民的矛盾,游客想要美景,村民想要收成,背后其实是一场“审美”和“生存”的错位。很多游客心里想的是:这么美的地方凭什么不让我看,我来打卡也是帮你宣传,但他们没意识到,这片麦田不是公园、景区,你眼里的“风景”,在农户眼里是粮食、是收入。反过来看村民,砍树这招虽然解气,但代价也大,美景毁了,来的人也少了,可能连带周边消费、当地名气也跟着受损。问题的根源,在于缺乏一种“共同维护”的意识。当地政府可以及时介入,划出合适观赏区域、设置引导标识、旺季安排临时管理,既让游客能好好看风景,也让村民的利益不受损害。真正的热爱,不是把风景拍进手机,而是让它好好留在原地。

#### “低消”变相回潮 加强监管

●“包间使用费每晚200元”“自带酒水需加收杯具使用费150元”……记者近日走访多地餐馆发现,曾一度被严令禁止的“最低消费”,近期以多种新名目悄然回归,引发消费者质疑。(5月30日 工人日报)

舒爱民点评:表面上看,“包间使用费”“服务费”“杯具使用费”等收费项目似乎“师出有名”,实则与“最低消费”的本质并无二致——都是通过设置隐性门槛,强制消费者增加支出。商家的这种“小聪明”,暴露的是对消费者权益的漠视和对市场规则的践踏。当“禁止令”在商家的“巧思”下被架空,消费者的合法权益便面临被蚕食的风险。监管的刚性也遭遇严峻挑战。面对这一乱象,监管部门应主动出击,细化监管规则,明确“包间使用费”等收费项目的合理性边界,对于明显超出合理成本、实质为变相“最低消费”的收费,坚决予以禁止;加大执法力度,对违规商家依法处罚,提高违法成本,形成有效震慑;畅通消费者投诉渠道,鼓励公众对变相“最低消费”行为进行举报。商家应明白,赢得消费者的信任,靠的不是“套路”而是“诚意”。

#### 上百网站遭黑 抓紧“补防”

●点开“水滴筹”想献一份爱心,页面却跳转至境外涉黄网站;打开新闻客户端准备浏览资讯,却被强制引流至色情直播平台……上百个政企网站、知名App相继“中招”,沦为黑客团伙牟利的“免费跳板”。据最高人民检察院披露,能够批量控制政企官网服务器的“网络黑手”周某仅有初中学历,此前他已3次因网络类犯罪被判刑。(5月30日 观察者网)

下广春点评:在上百个政企网站、知名App沦为黑客团伙牟利的“免费跳板”背后,存在“文件上传接口不设防”等低级安全漏洞,暴露出“重建设、轻运维、疏管理”的普遍问题。许多政企网站就像“不设防的城池”,缺乏持续的安全运维投入和制度保障,有的上线后便无人维护,成了“僵尸网站”或“面子工程”。一次“失守”,带来的不仅是经济赔偿,更是公信力的永久折损。网站安全绝非“一建了之”,需要将安全思维贯穿于建设、运营、维护的全生命周期。相关机构必须正视自身责任,既要加大技术投入,及时修补漏洞,更要建立健全安全管理体系,提升全员安全意识,维护公众信任。

#### 景区NPC热潮 呼唤真诚

●走进景区,自称“武松”的壮汉拉着你结拜兄弟、共饮一碗江湖酒;踏入城门,身着古装的“房玄龄”“杜如晦”笑眯眯拦住你,来一场即兴历史知识问答。近年来,国内景区掀起一股NPC(非玩家角色)互动热,原本出自游戏的随机角色,如今由真人扮演入驻实景区,成为与游客实时互动、推进剧情的关键人物。(5月30日 新华网)

王琦点评:当景区从“看山看水”变成“入戏入局”,一场文旅行业的沉浸式变革正在全国铺开。但是,同质化成为这场热潮最致命的内伤。全国景区五大同质化角色——孙悟空、李白、唐僧、皇帝、侠客,几乎“一键复制”;“秦汉风华”“梦回大唐”“宋朝生活”的台词如出一辙。游客初觉新鲜,久了便生厌倦。这不是共情,而是审美疲劳的批量制造。破局之道,唯有回归文化根脉。NPC绝非“雇人穿古装”那么简单,而是以沉浸式体验为核心的系统性内容生产工程。当真诚取代喧嚣,文化浸润互动,穿梭于山水古迹间的NPC,才能真正成为打动人心的“留量”密码,而非昙花一现的流量泡沫。