关注

“校园APP臃肿”

技术应回归服务师生

□王志顺

从体育环跑打卡、课堂签到点名，到接水扫码、饭卡线上充值，这些师生日常最熟悉的校园场景，如今正被数量越来越多的独立APP层层包裹。当前，“校园APP臃肿”话题在社交平台引发持续讨论，仅微博相关话题阅读量就接近1亿，一条原本指向让校园生活更便捷的智慧校园建设路径，在部分高校里逐渐演变成学生手机里甩不掉的负担。（11月21日 半月谈）

校园APP的矛盾不在于操作门槛，而在于功能被人为拆分。同一门课程的签到、随堂测验分散在多款APP，任课教师依照自身习惯选用，学生则只能全部留存，不敢随意卸载。各类商业弹窗、跳转广告穿插在使用流程之中，借着刚需场景收割流量，干扰学生正常使用。

在乱象背后，是高校数字化建设中长期存在的路径依赖与治理错位。教务、学工、后勤、团委等部门分头推进数字化项目，优先匹配自身管理需求，独立对接不同第三方供应商。每一轮招标更替、合约到期，就意味着新的应用进驻学生手机。部分校园管理者把APP数量当成数字化建设的直观成绩单，系统体验、师生感受反而退居次要位置。封闭的校园是稳定的精准流量池，一旦基础生活服务和应用深度绑定，开屏广告、流量分成、最低充值门槛、强制免密支付便形成成熟的商业闭环。即便校方有心整合，也会卡在权责划分、经费来源、数据权属等现实难题。

在自上而下的整合推进迟缓之际，熟悉数字工具的青年学生已经自发寻找破局方式：华南某高校学生苦于请假、预约校车反复跨平台操作，耗时三天搭建起代管在校事务的智能代理工具，开源代码对外分享；上海一名学生围绕校园数字生态课题，一天之内拿出一站式整合方案雏形；有学生独立开发的工具，被学校网络中心纳入官方体系，迭代之后服务全校师生……这些探索实践跳出部门壁垒，扎根真实校园场景，回应轻量化、个性化的使用诉求，补齐校方标准化平台的短板，既是反馈服务痛点最直接的信号，也说明智慧校园建设从来不是技术堆砌的竞赛，服务使用者才是数字化转型的根本方向。

破解APP围城的治本之策在于高校要跳出“重建设、轻体验”的形式主义误区，搭建跨部门统筹协调机制。统一平台不等于全盘自建，核心是归集服务入口、统一数据规范、强化服务商监管，把签到、缴费、查询这类高频刚需功能集中承载，低频长尾服务依托轻量小程序落地，从源头压缩无序商业植入的空间。

校园APP的“瘦身”，减掉的从来不是数字化带来的便利，而是脱离用户需求的冗余流程、固化壁垒和商业绑架。当技术真正回归服务师生的初衷，只需用一部手机就能顺畅走完智慧校园全部流程，才是数字时代应当交付给青年学子的校园体验。

让咖啡香长在泉州日常烟火里

□黄祖祥

今晚课 中国晚报优秀专栏

近日，泉州市文旅局与黎明职业大学联合发布《基于咖啡消费场景的泉州文旅品质化提升的案例研究》，过去5年泉州咖啡门店数量实现约20倍增长。截至今年9月，泉州咖啡门店达2619家，其中独立咖啡馆1090家，占比41.6%；古城6.41平方公里范围内，咖啡门店密度达到每平方公里46.8家，每万人拥有18.4家。曾经属于小众新潮的消费场景，如今已是泉州古城街巷随处可见的市井日常。

近年来，借着世遗之城超级IP东风，咖啡产业迅速成长为泉州辨识度极高的新兴文旅业态，成为激活消费流量、传播城市文化的重要载体。但热度暴涨并不等于业态强健，在快速扩张的热闹表象之下，泉州咖啡业态存在一系列短板，比如行业主体以小微独立咖啡馆为主，单店体量小、缺乏联合机制，面对上游原料波动几乎没有议价能力；市场红利推高房租成本，不少店主追求“快回本”，重装修布景、轻产品打磨，同质化内卷愈演愈烈；人才供给不足，咖啡师缺少系统化实训与技能认定体系，行业用工流动性大；消费端高度依赖旅游客流，淡旺季落差悬殊，本地居民常态化消费尚未真正培育起来等。

深究根源，泉州咖啡业态本质上是流量催生的门店经济，而非产业培育的实体经济，业态生长主要依托世遗带来的游客红利，如果一直走“靠打卡引流”的老路，门店数量越多，内部竞争压力就越大。泉州咖啡要真正立得住、行得稳，须从流量驱动转向产业内生驱动、从一时网红走向常态长红。

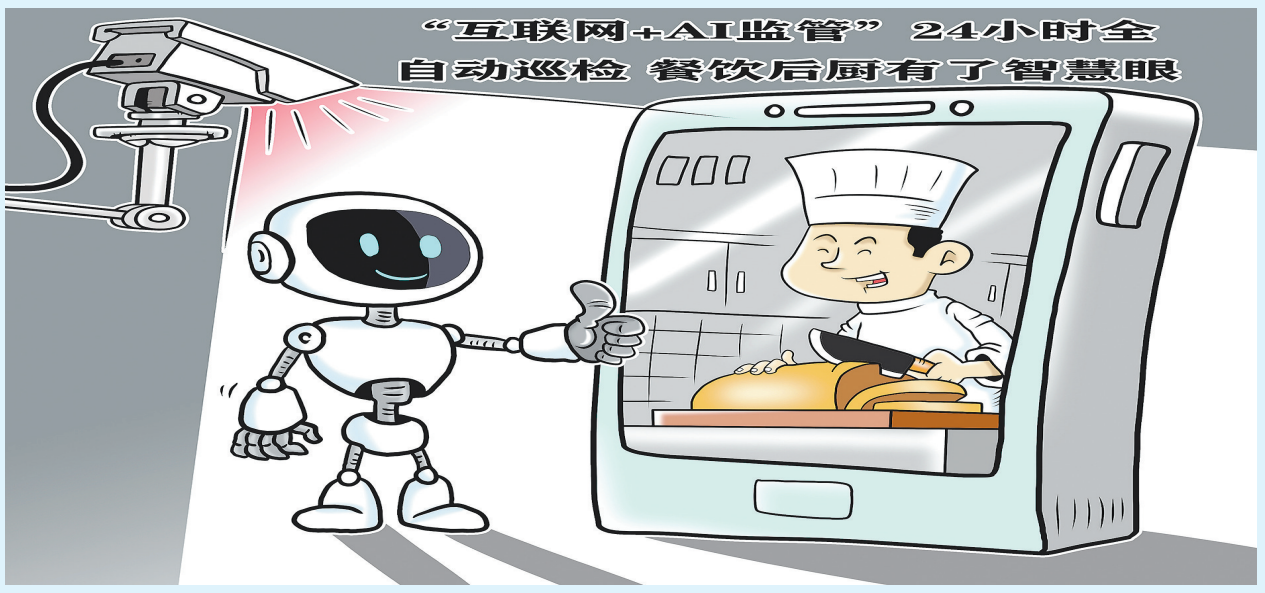
补齐产业底盘，让“小而美”跳出“小而卷”。泉州咖啡的魅力，在于遍地开花的“小而美”，它们以微更新活化历史建筑，把老宅旧铺变成为可亲近、可体验的消费场景，为世遗之城探索出轻量化活化路径。但“小而美”一旦各自为战，就容易滑向“小而卷”。破解内卷不能只靠门店各自突围，而是要推动分散的小微主体抱团成链。可由市属国企牵头、行业协会运营、院校输出技术支撑，试点布局共享烘焙中心与生豆分拨仓，提供小批量代烘、集中仓储、统仓共配服务，把单店烘焙成本高、原料议价弱的痛点，转化为产业链上的公共服务能力。同时做好全域业态错位布局，古城侧重世遗街巷沉浸式体验，滨海发展“海咖”休闲业态，乡村培育“村咖”乡土场景，以差异化发展化解同业内卷。

深挖在地内核，让本土文化融入产品体系。坐拥世遗之城、世界美食之都双重金字招牌，本土风物本是泉州咖啡最深的护城河，但现实中不少咖啡门店对在地文化的表达流于表面，没有真正沉淀到产品体系当中，难以形成独属于泉州的味道记忆。要形成咖啡产业的本土化，泉州可立足安溪铁观音、永春佛手等本土茶产业资源，联合茶企、高校、头部咖啡馆共建泉州“茶咖”风味实验室，明确基础工艺、风味参数，打磨泉州“茶咖”基础味谱；定期发布风味榜单、举办“茶咖”创意赛事，持续迭代本土咖啡产品；推动院校与行业协会共建实训基地，开设主理人训练营，把“村咖”经营者、民宿从业者纳入培训范围。唯有把闽南饮食、海丝侨韵融入可感知的产品体系，一时的网红爆款才能成长为长期的城市消费IP。

锚定共生逻辑，让业态繁荣与市井民生相生共长。咖啡馆生长在街头巷尾，一头连着创业从业者的生计，一头连着本地居民的日常生活。要实现商业繁荣和本土生活的共生共荣，就要兼顾好经营者的发展空间与市民的生活权益。泉州各地可探索优化推广咖啡门店场地“以修代租+租金入股、流水分成”模式，改变租金单边上涨的弊端，让产权方和经营主体风险共担、收益共享；建立古城咖啡门店密度、租金水平动态监测预警，防范商业无序扩张挤压居住空间；划定街巷咖啡友好街区，实行限时外摆，同步建立噪音、环境卫生社区公约，就地化解经营扰民矛盾等。唯有商业业态尊重烟火民生，咖啡门店才不会成为专供游客打卡的布景道具，而是世遗之城日常烟火的重要组成部分。

衡量一座城市咖啡产业的生命力，从来不是门店数字的攀升，而是能否扎下深根、长出特色、贴近民生。泉州咖啡产业走过5年20倍的快速扩张期，正站在从流量爆发转向高质量深耕的关键路口。今后应依托世遗之城、世界美食之都的独特底蕴，筑牢产业底盘、夯实品质标准、兼顾市井民生，让异域风味与刺桐文脉彼此滋养，让咖啡香长在泉州的日常烟火里。





“舌尖安全”“外卖安全”是大众持续关切的民生问题，但餐饮后厨操作不规范、食材过期、冷链失控等风险隐蔽性强，传统监管多依靠现场抽检、群众举报，问题发现滞后。

当前，国家市场监管总局正试点推进“互联网+AI监管”，部分地区依托智能识别技术自动捕捉违规风险，实现隐患提前预警。（人民日报/文 视觉中国/图）

国内首张AI广告罚单开出

虚拟身份不是挡箭牌

□曲征

近日，国内首起AI演员广告处罚案例落地，一笔6.83万元的罚单，将虚拟人物“方桃子”背后的影视文化传媒公司推至台前。据悉，“方桃子”运营方被罚款系因涉嫌未取得医疗广告审查证明却发布医疗器械广告和发布虚假广告。

罚单金额不大，但撕开了一个值得追问的问题：当一批轻资产、低门槛的小微MCN机构（多频道网络机构）扎堆涌入AI艺人赛道，支撑这门生意的商业逻辑究竟是什么，合规红线又划在哪里？

此次国内首起AI演员广告被罚的案例，撕开了近两年AI艺人赛道狂飙背后的漏洞，也给所有想蹭AI风口赚快钱的从业者浇了一盆清醒的冷水：虚拟身份并非逃避监管的借口，无论代言人是真人还是数字人，商业宣传的合规红线一分一毫都碰不得。

近两年AI数字人技术降本之后，确实成了小微MCN机构的“香饽饽”，不用付高昂的片酬、不用担心艺人塌房、一套形象可以反复商用，对缺少资源、预算有限的小机构来说，简直是一本万利的生意。但恰恰是这种“低成本”的错觉，让不少从业者把最基本的合规义务抛在脑后。

但这次开出的罚单明明白白告诉公众，AI代言人的所有言行的责任由背后的运营主体承担。广告法没有给AI开“特殊通道”，不管代言人是什么身份，广告内容必须真实、特殊品类必须走审查程序的规则没有变。

之前不少人觉得AI代言属于监管空白，想趁机钻空子打擦边球，这次的处罚就是最明确的信号：新赛道的创新红利不包含“违规红利”，谁拿虚拟身份当挡箭牌，最终只会吞下违规的苦果。

五元津贴虽少，普惠善意值得被看见

□吴志明

锐评

近日，湖南慈利县高龄津贴政策引发热议：80至89周岁老人每月补贴5元，90周岁及以上每月100元。微薄的5元补贴，迅速引发网友讨论，不少人直言补贴杯水车薪，难以改善老人生活。当地解释称，这笔津贴由县级自筹，标准依据财政承受能力确定，太多了难以承担；所有符合年龄的老人均可申领，不设收入门槛，并补发2023年以来应享未享部分。

舆论的质疑不难理解，但评价这项政策的价值，不能只用金额大小来判断，更应看到这项政策背后的制度善意；同时也要清醒认识到，山区养老帮扶应当构建多元保障体系。

不可否认，每个月5元的津贴确实不多，网友的调侃和质疑有着很现实的道理。单从购买力来看，在当前物价水平下，每月5元确实很难直接解决吃饭、买药等实际难题，和公众对高龄补贴的期待存在不小落差，因此陷入舆论尴尬，不难理解。

但舆论热议之外，也不宜简单否定这项政策的价值。这份津贴最珍贵的地方，在于它迈出了普惠高龄保障的重要一步。慈利地处山区，经济底子相对薄弱，津贴资金主要依靠县级自筹，80岁以上老年群体基数不小，全覆盖发放的话每年累计支出并非小数目。在此之前，当地80至89周岁老人并没有常态化高龄津贴。从这个意义上来说，新政落地，意味着普惠高龄福利实现扩面，80至89周岁老人高龄津贴实现了从无到有的跨越。

同时当地也明确，所有符合年龄老人均可申领，实行“免申即享”。这体现了普惠福利的核心意义，无论家境好坏，只要达到年龄门槛，都能享受这份政策关怀。它建立起统一的高龄老人台账，依托免申即享的发放机制，让政策主动找到老人，避免福利只向少数群体倾斜。从这个角度看，这5元承载的是地方在有限财力下兑现养老民生承诺的努力，这份无差别兜底的善意理应被客观看待，不能一味嘲讽否定。

当然，承认普惠的价值不等于满足于5元的标准。现金补贴受山区县域财政约束，短期内大幅提升并不现实。希望当地可以将普惠津贴保留作为基础底线，设定动态调整机制，随着地方财力稳步增长逐步提升，同时争取上级财政分担，缓解县级自筹压力，避免津贴长期停留在象征层面。此外，还应落实“免申即享”，别让老人为证明“还活着”来回跑。

养老帮扶不只现金发放这一条路，养老保障本就是一个多元体系，除了现金，还有大量服务类保障可以发力。山区老人最迫切的需求，往往不是小额现金，一顿热饭、一次上门照料、家门口的健康服务，远比每月几块钱补贴更加实在。民政、村级工作人员可以依托高龄津贴名单，建立定期上门探访机制，及时发现失能、重病、独居老人的风险，提前介入帮扶，进行适老化改造，同时帮忙代缴医保、代办认证、联系就医；也可在村部、养老服务点设置老年食堂、日间照料点，方便老人就餐、休息、体检、活动；联动公益组织、志愿者、乡贤资源，构建乡村助老网络。这类服务不需要巨额投入，却能持续改善高龄老人的日常生活质量，弥补现金补贴标准偏低的不足。

民生政策的落地，从来都是一个循序渐进的过程。慈利5元高龄津贴，是山区推进普惠养老的一次探索，它的初衷值得尊重，局限也应该正视。地方财政有限，无法要求一步到位的高补贴，但要守住普惠的制度底色，同时让养老帮扶从现金发放延伸到看得见、摸得着的日常关怀。唯有如此，民生善意才能转化为实实在在的幸福感。

世相观澜

谎报年龄求职 违背诚信

●为多争取一个面试机会，求职者朱某故意“美化”简历并将年龄改小了几岁，在求职遭拒后以年龄歧视为由，起诉某公司索赔10万元。近日，北京丰台法院作出判决，当事公司不构成年龄歧视，未侵犯朱某平等就业权，驳回其索赔请求。法院认为，朱某未被录用的根本原因是简历造假、违背诚信。（11月21日 北京日报）

郭元鹏点评：在一些招聘的隐形门槛里，年龄仿佛成了一道无形标尺，还没细看能力，先被年龄划下界限。于是，有人动了念头对简历进行“美化”，只想多拿到一次面试机会。这种心态，让人共情，却不能成为突破诚信底线的理由。求职不是一场可以先隐瞒真相再谈条件的博弈。简历是求职者递出的第一张名片，诚信是这张名片最基础的底色。修改年龄、虚构履历，本质上是信息欺诈。法院的判决，守住的正是就业市场的基本规则：平等就业权值得保护，但权利的行使不能建立在失信之上。规则要刚性，温度也不能缺席。对用人单位而言，更理性的招人逻辑应当聚焦岗位需要、专业能力、过往实绩，而不是先拿年龄做筛选。

为学生供早餐 激活资源

●最近，北京市通州区多个机关单位食堂向中小学生开放早餐服务，早晨7时至8时，学生用餐；8时后，该区域面向机关干部开放。通州区教委表示，预计年底前还将新增10家区级党政机关食堂陆续面向周边中小学开放，精准服务约7000名学生。（11月21日 北京日报）

丁慎毅点评：过去，面对双职工家庭“早餐难”的民生痛点，传统的行政思维惯性是“建设施”。这种“缺啥补啥”的线性思维虽然直接，但往往伴随着高昂的财政成本、漫长的建设周期以及后续沉重的运营负担。通州的破题之处，在于通过“错峰”这个极低成本的手段，有效唤醒了沉睡的资源，原本属于机关的“内部福利”转化为服务社会的“公共资源”。公共服务的提质增效，未必总要靠“增量投入”，更高效的途径往往是“存量激活”。这种“唤醒沉睡资源”的思路，具有极强的可复制性。当更多城市开始懂得精打细算地利用每一寸空间、每一分钟时间、每一份存量资源时，它的温情就不再是短暂的感动，而是可持续的制度。

红绿灯装广告 监管失职

●近日，河南南阳有市民反映称，镇平县一处红绿灯交通提示牌下方，标注某职业学校招生广告，引发网友热议。随后，当地交警部门称，相关广告牌为私自装设，将追究相关单位责任，目前正在全县排查拆除。（11月21日 青岛市广播电视台）

叶金福点评：红绿灯下装招生广告这一事件，直指事发地交管部门精细化治理交通标识的短板和漏洞，暴露出巡检流于形式、管护责任悬空的问题。事件处置不能止于一拆了之，当地交管部门要以点带面，对全城交通标识、路口设施开展拉网式排查，一旦发现类似问题要及时清除，绝不能“睁一只眼闭一只眼”，任凭违法广告“落户”公共交通设施。此外，交管部门要补齐巡检制度，压实管护人员责任，鼓励网格员、市民随手拍，织密监督网络，建立联动预警机制，防止类似违规广告反复冒头。城市公共交通设施承载着安全责任与公共利益，绝非商业营销的自留地。唯有严守公共底线，细化监管举措，严惩违规乱象，才能守住道路交通安全防线，让每一处公共交通设施回归服务民众的本位。

用现金扎花束 不当展示

●辽宁锦州一名男子为庆祝妻子41岁生日，送上由66万元百元大钞扎成的巨型现金花束。据知情人透露，该女子是拥有1200多万名粉丝的网红，夫妻俩育有三个孩子，她也在个人账号上晒出花束，配文称“爱不需要钱，但证明爱需要，物质不能代替爱情，但却是表达爱的最好方式”。这场以爱为名的现金炫示，迅速引发公众广泛讨论。（11月21日 澎湃新闻）

余明辉点评：以大额现钞扎成花束示爱，本质上是对法定货币的不当展示，偏离了正常现金使用的合理边界。同时，网红在千万粉丝的公开账号上展示此类刻意制作的现金道具，客观上向海量受众传播了“将人民币当作炫富道具合理”的错误导向，已经构成对法定货币严肃性的公然漠视。网红个体坐拥千万流量，手握远超普通公众的话语影响力，更应当主动承担起相应的社会责任，在言行上恪守法律底线、传递正向价值，而非把社交平台当成肆意展示奢靡价值观的私人秀场。财富表达从来都不是无边界的自由，无论拥有多少财富、拥有多少粉丝，都必须始终在法律框架内行事，对公共规则保有基本敬畏。