

“双十一”应该少一些套路

别让养老机器人的“科技陪伴”偷走责任与温情

湘湖时评



首席评论员 俞海波

今年的“双十一”活动,从10月中旬就拉开序幕,时间已经长达1个月。活动时间拉长,本来应该对消费者和商家都有利,取得销量口碑双丰收的效果。然而据媒体报道,某电商平台“双十一”尾款通道开启仅一天之后,不少网友反馈,平台突然停止“限时补贴”活动和达人直播间“金币”抵扣活动,尚未付尾款的商品一下子贵了几十元至数百元,出现了买预售商品不如

买现货便宜的情况。此举导致了“退货潮”,网友纷纷吐槽自己“遭背刺”,成了大冤种。

“双十一”购物节自被创造出来,已经来到了第17年。这个本应是消费者获得实惠、商家通过让利获得销量的节日,却变得越来越复杂。各种优惠折扣的套路越来越多,一件商品可以享受的优惠包括店铺优惠、跨店优惠、平台官方满减或立减、VIP专享折扣、各种红包抵扣……这次活动“翻车”,一定程度上也是因为优惠活动太多,平台低估了关闭几个优惠渠道带来的价格影响。虽然还能推出另外的优惠措施补救,但造成的口碑下滑已经难以挽回。

预售商品必然要比现货商品便宜,这早已成为市场共识。因为预售是提前锁定订单缴纳定金,方便厂商占用资金备货,实质上是消费者的让利行为。基于互惠互利的原则,商家就有义务给予消费者相关商品的最低价。否则就是占了消费者的便宜。这就是网友普遍不满的原因,本来是想要实惠,结果却被商家白白占了便宜。

更不好的现象是,在复杂的套路和规则下,消费者容易被绕糊涂,也就不乏有商家利用这个信息差“收割”消费者。有消费者就发现,通过叠加各种优惠以后的商品,到手价格居然跟此前不搞活动时的价格相差无几。也就是说,各种优惠折扣其实只是把商家提前涨价的部分抵消掉。而消费者多花了几倍的时间精力抢优惠券、红包凑满减,到头来只是用稍微优惠甚至正常的价格买下商品。这还是对抢到了优惠券的消费者而言,要是消费者优惠券不怎么样,就很可能用比平时更贵的价格买下商品。

这样的套路,虽然能得逞一时,但终究是短视的行为。等消费者反应过来,发现自己被耍了,就会毫不犹豫地用脚投票。等到众多消费者对“双十一”活动意兴阑珊,不再愿意花钱,到时候急的可是商家和平台,毕竟货是真的要卖,可是客人全走光了,生意还怎么做?

另外,随着消费者观念的改变,“优惠补贴创新玩法”确实有些跟不上时代了。如今许多消费者对价格更加敏感,更倾向于“优惠一口价”这种直截了当的交易方式。对于花样百出的优惠补贴套路,有相当一部分人算不清楚优惠下唯恐上当,宁愿选择稍微高一点但明码标注的价格,也不愿意冒险。拼多多之类价格体系简单的电商平台的日益流行,可以证明这部分人绝对不在少数。

所以“双十一”,应该少一些套路,多一些真诚。最早的“双十一”活动,就是靠实打实打折赢得了消费者的口碑。如今的“双十一”,也应该找回初心,回归本来的样子,切实让消费者得到更多实惠。

随着机器人的不断创新升级,一个值得深思的问题也随之浮现:我们究竟需要怎样的养老机器人?笔者认为,机器人的核心应该聚焦功能性迭代,做情感补充的“帮手”,不能让技术依赖冲淡了养老上的责任与温情。

养老机器人的价值,首先应当体现在“解决实际问题”的功能上,这是其研发的根本目的。对行动不便的老人而言,能精准抓取物品、辅助起身的机械臂,比会说几句安慰话更实用;对独居老人而言,具备实时监测血压并自动报警的健康功能,比单纯的聊天互动更关键。譬如拱墅区社区食堂的机器人“大厨”广受欢迎,是因为3分钟就能炒出热菜,而且已经能烧上百道菜;西湖区古南社区的金秋养老家园,机器狗“小西”可以每天帮忙给老人送饭、送药……这些案例,说明当前机器人研发最该突破的,是抓得准、用得稳的功能性服务。



本报评论员 黄婷

近日,在杭州留下街道遐龄荟居家养老服务中心,74岁的王阿姨通过语音指令,指挥智能机器人“茶宝”成功抓取所需物品,生动展现了当下智能养老的应用场景。

今年6月,工业和信息化部、民政部联合印发通知,部署开展智能养老服务机器人结对攻关与场景应用试点工作,推动一批智能养老服务机器人走进家庭、社区和养老机构,试点期为2025年至2027年。越来越多的智能设备将走进银发生活,为老年人提供便捷服务。

据遐龄交互品牌部经理吕海燕透露,除了对“茶宝”的功能升级,公司还将推出1.5米高的人形机器人“柔擎”和便携机器人“柿宝”,这两款机器人的研发重点会放在情感陪伴功能上。

不可否认,随着当前社会老龄化加剧,家庭照护压力增大、社区服务资源有限,养老机器人在一部分场景的情感陪伴上可发挥作用,像滨江区缤纷康养中心的下棋机器人会陪老人下棋。但机器人能模仿语言,却复刻不了人类情感中的“共情力”,无法完全替代人类的陪伴。

未来,养老机器人或许会成为养老服务中不可或缺的一部分,但过度依赖养老机器人,可能会弱化家庭与社区在养老中的核心作用,甚至让“技术尽孝”“机器养老”成为人类逃避责任的借口。养老从来不是“完成任务”,而是充满温暖的互动——是子女周末回家陪伴老人的闲聊,是社区志愿者上门看望的热心。这些细微的情感链接,构成了养老的精神内核。如果任由机器人“挤占”这些情感互动的空间,最终可能会让养老失去应有的温度。

当然,强调机器人应扮演“补位”角色,并非否定其价值,而是为了更精准地明确其定位。未来的养老机器人,应该朝着更实用、更贴心的方向迭代,成为家庭情感沟通的“桥梁”——机器人负责解决生活刚需,家庭与社区承担情感关怀,让技术服务于人的需求。

养老的本质,是让老人感受到被爱、被需要。当机器人越来越聪明时,我们更应该守护住养老的初心:不指望机器替代子女的陪伴,不依赖技术填补社区的温暖,才能真正实现“老有所养、老有所乐”。

让“老纽带”焕发更多新活力



本报评论员 王俞楠

最近,萧山供销社打造的“供XIAO小万”助农团队,走出了一条数字助农新路,收获了不少点赞。点赞的内容主要有两点。

其一,在“直播+电商”重塑消费链路的当下,“供XIAO小万”助农团队并非简单跟风流量浪潮。不同于普通电商“卖货式”的吆喝,团队深入28个农业基地拍摄76条原创视频,通过《探访新农人》等专

栏挖掘农耕故事,用“镜头记录采摘场景、溯源呈现生产过程”的方式,将抽象的“优质”转化为可视、可感的画面。

其二,在产销链路的搭建上,“供XIAO小万”助农团队展现出“轻成本、高效率”的务实思维。通过严格筛选地甘蔗、浦江葡萄等时令产品,确保产品品质;在鞋城、加油站设提货点,以“线上预订+线

下自提”降低物流损耗与成本,既让消费者吃到“当日鲜”,也为农户减少了中间环节的利润流失。

5个团购群聚集680名忠实粉丝,在“小批量、高复购”的模式下,避开了大型电商对流量和供应链的高要求,更适合区域化、特色化农产品的推广,为中小农户提供了“低门槛触网”的可能。

作为党领导下为农服务的综合性合作经济组织,供销合作社是党和政府密切联系农民群众的桥梁纽带。70多年的“老纽带”有着自己的天然优势——熟悉当地农业产业。而在数字经济时代,消费者对农产品的需求已从“买得到”转向“买得好、买得放心”,普通农户则面临“优质不优价、好货难出村”的新困境。这就要求“老纽带”做出改变,主动拥抱数字工具,聚

焦农户“卖货难”和消费者“买鲜难”的痛点,通过精准的需求对接、高效的链路搭建、有温度的价值传递,让农民真正受益、消费者放心买单,乡村价值持续释放。

当然,“供XIAO小万”的探索仍有更多拓展空间,比如进一步完善农产品标准化体系,通过溯源技术强化品质管控,让“优质”有更硬的标准支撑;也可尝试“助农+文旅”的融合模式,直播不仅成为农产品的“销售窗口”,更成为乡村风光、民俗文化的“展示平台”,带动乡村旅游发展,为数字助农注入更多元的价值。

相信在紧跟时代步伐的基础上因地制宜、着力创新,这根连接城乡的“老纽带”,将在乡村振兴的新征程中发挥更大作用,更好实现“为农、兴农、富农”的初心。

诈骗套路其实是“新瓶装旧酒”



社会评论员 蒋小琪

近年来,针对老年人的诈骗手段可谓层出不穷。尽管小区宣传栏和电梯内贴满了反诈提醒,社区也经常举办反诈宣传活动,但仍有部分老人落入骗子不断翻新的陷阱。

近日,央视《今日说法》栏目披露的一起诈骗案件中,犯罪团伙先是请老人们免费吃火锅,再由店里的“小管家”劝诱老人投资所谓的“内蒙古养牛项目”,骗走600多名老人共4200万元。所幸警方及时介入,追赃挽损率达到近90%。

细看报道,不难发现这次诈骗的核心依旧是老套路,只不过“新瓶装旧酒”,换了新形式。如果经常看新闻报道或者积极参与社区反诈宣传活动的老人,应该能避免上当。

第一个套路就是“免费陷阱”。以前的诈骗多以赠送小礼品、鸡蛋或保健品小样之类为诱饵,这次居然是“免费吃火锅”。可见诈骗团伙中,大概有成员曾经开过火锅店或从事过餐饮行业,所以布局的陷阱也选择了轻车熟路。而且,“免费吃火锅”适合呼朋唤友,适合“以老带新”。尽管多数老人明白“天下没有免费的午餐”这个道理,但是总有人抱着侥幸心理,觉得自己就是那个能享受“免费午餐”的例外。

这实则是一种复杂的心理博弈。当人们上了一定岁数,特别是从前过惯了紧巴巴日子的老人,难免会有一些“占便宜”的心态。而且,老人学习新事物及处理信息的速度比较慢,加上认知固化,辨别真伪的能力下降,诈骗团伙因此有机会发起一场心理上的“降维打击”。

第二个套路就是“以小博大”和“画大饼”。这是金融诈骗的常见手法,先给点甜头,等钱骗得差不多时就“玩消失”。这是一万元认养一头牛,每月可以收利息,一年后归还本金,而且能给投资人15%到50%不等的年化收益。如此明显的高额利息陷阱,还是有人义无反顾地跳下去。诈骗分子还利用老人的从众心理,抛出了投10万元的人能去牧场考察的诱饵,相当于叠加了一次免费旅游,诱使不少老人把投资金额追加到了10万元以上。

这种投资冲动,归根结底还是因为部分老人的社会角色淡化而产生的价值感缺失。他们很容易相信周边老姐妹老兄弟的推荐,脑袋一热就觉得自己还能再为家庭小金库拼一把,找回成就感和价值感。殊不知诈骗者利用的就是老人的这种心态。

第三个套路是“套近乎”。这是针对老人诈骗的典型手段。火锅店的几个“小管家”,对老人关怀备至,使那些脸皮薄的人碍于情面投资。此外,受骗老人中不乏过于自信者,总觉得过去自己都是雷厉风行、决策果断,自己的存款想怎么处理就怎么处理,并不需要问孩子的意见。还有老人则因为怕被孩子埋怨老糊涂,想着“发财”了再去子女这里报喜。

其实,这次基于“免费吃火锅”的集资诈骗并不难识破,难就难在“魔高一丈”,诈骗团伙已经发展成具备精准“客户画像”能力和专业化“收割”手段的犯罪组织,不仅话术精湛,套用的剧本也越来越逼真。要防范更多老人被骗,理性理财的篱笆,社区还可以设置反诈网格员并对举报有效线索的居民给予奖励,压缩诈骗分子的生存空间。



漫画 俞钦洋

老树怎么修?

近日,杭州一小区居民因桂花树修剪引发矛盾。这棵长了二十多年的桂花树,如今已高过四五层楼,低层住户抱怨遮光生虫,可工人一动手,又有居民心疼“砍得太秃”。老树该修,但不能乱修,既要有专业人科学修剪,也要多听居民意见,在满足居民合理需求与保护绿化景观间寻求平衡,让桂花香和邻里情一起留在秋风里。

博物画要在科学与艺术的交汇处“呼吸”



本报评论员 周珂

目前,“徜徉自然之境——大师们的艺术人生与博物情怀”画展在浙江自然博物院展出。曾孝濂、杨恩生大师的作品,不仅让灭绝的古鸟“复活”,为中国最高树种“立传”,也引发了思考:在摄影技术高度发达的今天,博物画的价值何在?它究竟是一种冰冷的科学图示,还是一种能与自然深度对话的艺术?

质特征的艺术形式。在当代艺术语境中,“个性表达”与“观念创新”常被奉为圭臬。而博物画的写实特性,便被一些人视为“缺乏灵魂”的技术活,似乎与艺术的自由精神背道而驰。

然而,画展中的《麦冬》,呈现了根、茎、叶、花、果全貌,不仅是对自然的记录,更是对生命的礼赞;创作相隔24年的两幅圣贤孔子鸟复原图,折射了人类对古生物认识的探索与进步。从这些作品中可以发现,博物画的“写实”,绝非冷漠的复制,而是在理性框架内通过与自然的深度对话,最后实现感性的表达。这使博物画超越了简单的科学插图,证明了写实与艺术从来不是对立,而是可以相得益彰。

当下,许多动植物都已完成了大量的基础结构图,博物画的“个性”,体现在作者选择的描绘对象上。从《长江源区冈加曲巴》的冰

川雄浑,到《白颊黑雁飞越修道院》的迁徙壮丽,无不是在诉说物种与环境休戚与共的生命故事。这不仅是在传播科学知识,更构建了一种生态伦理:每个生命都有其独特的位置与价值。正如近代植物分类学奠基人林奈所言:人类不是大自然的主宰,也不是清高的旁观者,更不是只赚不赔的生意人,而应当是其间的一分子。

那么,回到最初的质疑:博物画是否足够“艺术”?答案已然明朗,这是一种足够脚踏实地的“艺术”。尤其是在生态危机日益严峻的今天,博物画将目光投向广阔的自然界,用它的力量唤醒着人们对生态保护的关注。

当然,新时代的博物画,要从“画得精准”向更具观赏性、更符合当代审美转变,做到触动观众,激发大家对自然的守护之情,从而实现从“记录自然”到“连接公众”的

升华。比如,艺术家发挥创造力,通过中国传统文化来解读博物画内涵,进行融合:用宋代花鸟的留白意境,来布局一幅热带雨林的生态场景;以敦煌壁画的瑰丽色彩,去渲染远古鸟类的羽毛光泽。这种融合并非对科学的背离,而是为科学披上一件更具本土文化亲和力和美学感染力的外衣,使之更易被大众接受和记忆。

再如,进行形式创新,融入现代设计元素,借助数字媒体进行动态呈现,吸引原本对自然缺少兴趣的青年驻足,这幅画就完成了它的时代使命:将生物多样性的抽象概念,转化为可感知、可共情的生命故事。

在人与自然关系日益紧张的当下,我们需要更多这样脚踏实地的艺术,来深刻、温情、准确地理解并热爱我们所栖居的这个真实世界。