



旧手机回收知易行难

赵志疆



今日论语

近年来,手机更新迭代不断加速。据《人民日报》报道,有调查显示,约50%的用户每18个月就会换机。然而在一片红火的新机销售市场背后,我国废旧手机的回收率却并不高,造成了资源浪费——国内现在有约10亿部废旧手机的存量,却只有2%左右的回收率。

尽管旧手机闲置早已不是新闻,但其庞大存量还是令人叹为观止:以2016年全国手机市场出货量5.60亿部来计算,10亿部废旧手机存量,无论对于消费者个人,还是对于手机生产企业来说,无疑都是一种巨大的浪费。

旧手机回收之所以知易行

难,一个很重要的原因是,目前的旧手机回收多由私人经销商主导,他们的目的就是低买高卖赚差价。因此,旧手机往往回收价格很低。同样是因为私人经销商主导,旧手机用户不得不面对信息泄露的巨大风险——拍照录像、即时通讯、移动支付……智能手机的功能有多强大,其潜在危险就有多严重。于是,在有人呼吁提高旧手机回收率的同时,亦有人提醒不要轻易卖掉旧手机。

有专业人士表示,每吨废旧手机中能提取出150克左右黄金,而每吨金矿石则只能提取到5克,相差近30倍之多。听起来虽然很诱人,但废旧手机只有交到专业人手里才能变成资源,否则只能意味着负担。对于私人经销

商来说,他们既没有将废旧手机资源化处理的动力,也不具备相应的专业能力。基于此,废旧手机的最终出路,还是在专业人手中。

首先值得考虑的是手机生产商。不少发达国家的废旧手机回收都以运营商为主。以日本为例,运营商的营业网点和手机专营店多设有回收点,工作人员当着顾客的面销毁废旧手机中的个人信息,然后将手机放入回收箱。德国不仅利用运营商的营业网点回收旧手机,而且在手机专卖店内设立柜台,向手机用户分发已经填写好地址和支付了邮费的信封,以便于用户日后处理旧手机。旧手机回收利用,手机生产厂家最具技术实力,最容易变废为宝,关键在于能否打破“各自为政”,建立起统一回收利用的平台。

其次不妨考虑培育专业化废旧手机回收利用企业。参照每吨废旧手机中能提取出150克左右黄金的技术数据,10亿部废旧手机意味着一笔巨大的财富,再加上旧手机中的银、钨等其他贵金属,如果能有针对性地出台管理细则和补贴标准,商业嗅觉灵敏的企业自然会主动参与其中。以手机用户和回收企业积极互动为基础,有助于建立起良性的循环利用模式。

最新版《废弃电器电子产品处理目录》将手机纳入其中,由此意味着手机回收将被纳入国家政策和基金扶持的管理范围。在寄希望于管理部门加快步伐之余,其他各类小微电子产品亦不妨借鉴同样的思路,毕竟,电子时代遭遇同样尴尬的不只是手机。

新民随笔 窗口

朱晓昆

其实接到这个抱怨电话是好多天前的事了,似乎一直难以释怀。

打电话的是个60多岁的阿姨,开口便说“气死了”。细细道来,原来是去办一个居住证明,要证明某年至某年间在某个地址住过。

以下是阿姨和窗口接待人员的对话:

“×弄×号,应该是这个门牌号。”

(翻了3秒)“没有你。”

“能不能再看看,当时一个门牌号里住几家人家呢。”

(不愿再翻了)“没有你呀!”

“能不能旁边几个门牌号里看一下,因为是50年前住的,万一记错了。”

(不愿再找了)“自己住哪里都不知道啊!”

“我年纪大了,有点记不清了。”

“人家80多岁都还记得的。”

……

阿姨于是只好一路奔波,赶到自己从这里搬出去后的下一个居住地,查当年是从哪里搬出的。事实证明,阿姨记忆力还不错,她没报错号码。回到需要开证明的窗口后,才发现原来当时这个门牌号里确实住了三家人家,只要那个接待人员再把材料往后翻一页,就能看到阿姨的名字了。

横跨三个区,来回三小时,气喘吁吁,精疲力尽,这是阿姨办证莫名付出的代价。阿姨并非要投诉索赔之类,就是生气了。而我,接完这个电话,心头隐隐感觉到一丝凉意。

这凉意来自于各种窗口的接待人员仍然会时不时出现的敷衍和冷漠。电视剧里有,接待窗口太矮了,来办事的人要蹲着跪着,这固然是一种冷,而如果各类硬件都达标了,但接待的人缺少关怀不讲责任,那么,从窗口透出来的凉意,也有些刺骨啊。

平心而论,近年来,我们上海窗口服务态度已有了很大的改观,各行各业的行风评议也将此作为一个重要的考核指标。但是作为与市民百姓接触沟通的第一线位置,窗口接待人员的态度,还真不是一件小事。每一个窗口、每一名接待人员,面对的,是人民群众,代表的,是党和政府,这个责任,可不轻啊。可以说,窗口无小事。如果每一位接待人员,都能推己及人,设身处地地为群众着想,那就好了。

新民新语

自寻苦恼

华心怡

人与外部世界的连接,除了实际的人际交往,这个时代更多的倾向转为,人在虚拟世界的自我展示和向外观望。也就是说,社交网络架构起我们日常作息的小环境,包罗众生相。

社交网络的种种好处,无需赘言。上海网红面包房的湮灭,一个女青年朝熊孩子身边的椅子踹上一脚……所有这些的传播都是以社交网络为起点,并且后者成为最热烈的发酵平台,最终到达传播的终点,形成不同的后果。

今天,我们说说社交网络的副作用,在我们的内心我们早已知道这样一个事实:社交媒体让我们变得痛苦。

我们多多少少明白,人们不可能像他们在脸书、微信朋友圈上表现的那样成功、富有、聪慧、愉快,甚至美丽动人。但我们又无法避免地将自己内心生活与朋友们精心挑选的高光时刻作比较。在现实世界里,美国八卦小报《国家询问报》年销售额是《大西洋》月刊的三倍。但在脸书上,《大西洋》月刊受欢迎的程度是那份八卦小报的四五倍。美国人花在洗碗上的时间,大约是他们花在打高尔夫上的六倍。但是,根据推特统计,称自己在打高尔夫的推文数目大约是称自己正在洗碗的两倍。又比如拉斯维加斯的经济型酒店“马戏团 马戏团”与豪华酒店“百乐宫”能容纳的人数,以及房间预订率相差无几,但在脸书上,入住百乐宫的人数大约是入住另外那家酒店的三倍。

躲在网络背后的人,精心选择自己的面目和属性,他所呈现的,是他希望这个世界看到的自己的模样。富足的、清高的、安逸的……主流价值观包裹下所令人艳羡的种种。他们,定下一种人设,演绎一派日常。

网络,或是考验一个人的修为,最被低估之地。不以物喜,不以己悲,去伪存真。所以当与别人的完美生活暗自比较而心生苦恼时,不妨去搜索引擎转转。那里,有更真实的,关于凡夫俗子的烦恼。又或者,选择性抽离,何必将自己缚在网中央?

给孩子一双健康明亮的眼睛

权威声音

在当下中国,人们对视觉健康危机可能严重低估了。实际上,青少年近视发病情况正在逐年恶化,高中生和大学生的近视发病率都超过70%,并逐年增加,青少年近视发病率已经高居世界第一。假如没有有效的政策干预,到2020年,我国近视患病人口有可能高达7亿人,患有高度近视的人口将达到5000万左右。到时候,在航空航天、精密制造、军事等领域,符合视力要求的劳动力都可能面临较大缺口。

与严重的视觉健康危机不对称的,是与国民视觉健康相关的研究十分缺乏,多偏向眼科疾病治疗,对人群视觉健康方面研究很少。公众对视觉健康的知识十分匮乏。比如在晃动的车上看书、看手机和视频是非常伤害眼睛的,但许多孩子和家长不以为然。还有,儿童5岁前视力处于生长发育的过程中,不能过度用眼。而“不能输在起跑线上”的早教,使得孩子们早早地用眼,有些家长夸奖自己的孩子很小就会无师自通地玩手机、电脑,浑然不知荧光将对孩子的视力造成不可逆的损害。

解决日益严重的视觉健康问题,亟须制定综合公共政策。首先,国家层面应该高度关注视觉健康,可以将青少年视觉健康同国家发展、公共安全联系起来,将降低青少年近视率作为重点工作。通过多部门协作,鼓励青少年参加体育活动,加强健康教育,保障青少年视觉健康。其次,应将视觉健康纳入国家健康保障计划。最后,要加强视觉健康的社会宣传、人才培养等方面的配套措施。

(李玲 刊今日人民日报 本报有删节)



自由谭

看到微信上的粽子广告,一股端午的节日气息扑面而来。最近微信上也广为流传一段善意提醒——端午节伍子胥投钱塘江,曹娥救父投曹娥江,大文豪屈原投汨罗江,所以不要微信祝亲人朋友快乐。当然,也听到不少“传统式微”、“洋节入侵”之类的慨叹。

就拿端午节来说吧,诸如浴兰汤、吃粽子、赛龙舟、挂菖蒲、悬艾叶、佩香囊、喝雄黄酒之类名目繁多的习俗,似乎就剩下吃粽子和赛龙舟比较流行了,有人就叹息端午传统习俗日渐式微,节日味道变淡了,几乎成了“粽子节”。我倒觉得没必要因为这个而沮丧,“传统”不是一成不变的,随着时代的变迁而“更新”,反而

传统发明与节日进化

薛世君

是“传统”保持生命力的表现之一。

还拿端午节来说,现在一说端午节就认为是为了纪念屈原,楚国百姓荡舟江河寻找屈原,后来发展为龙舟赛;他们为保护屈原尸身拿米团投江喂鱼食虾,则变成了现在吃粽子的习惯。但是实际上,根据闻一多先生考证,端午本是吴越民族举行图腾祭的节日,是个龙的节日,它的起源远在屈原之前。六朝以来,因为这天恰好是屈原投江殉国的日子,人们仰慕屈原的才华横溢和品行高洁,便逐渐把它和纪念屈原联系在一起。

这么说来,端午节的“屈原元素”还多少有点“穿凿附会”的意思,因为

屈原的“明星”地位比较显赫才成了端午节的代言人。当然了,屈原或许不是端午节的真正源头,却一定是端午节最有生命力的故事。从这就可以看出,“传统”也是不断更新的,以前的人也没有因为端午节变成了“屈原节”而慨叹“传统式微”、“屈原入侵”,为什么到了今天节日出现点变化,就感觉“节将不节”了呢?

历史学家霍布斯鲍姆写过一本书叫《传统的发明》,他在考察了人们常以为是天经地义的几大欧洲传统以后指出,传统并不是不变的陈迹,而是当代人活生生的创造,那些影响我们日常生活的、表面上久远的传

统,其实只有很短暂的历史。现在的一些“传统”,有的也是这种情况。就拿现在的春节来说,正月初一过“春节”的“传统”也不过只有百年左右而已,从汉武帝时期就开始的正月初一过“元旦”,才是一种更久的“传统”。那现在的春节,扼杀“传统”了吗?

有道是事随人变,顺时而迁,大家怎么过节,节日就成什么样子。老过法,新过法,老传统、新习俗,实在不该分什么优劣,只看民众接不接受、习不习惯,看生活的沉淀和岁月的选择。传统总是在不断地千变万化以适应时代,老传统式微了,自然会有新的传统被“发明”出来,说不定若干年后,端午节连粽子都不吃了,而是流行起另外一种习俗。未来流行哪种过节习俗还真说不定,但有一点是肯定的,那就是节日犹在——生活仍会继续。