

## “吃撑倒地”的羊驼一点也不萌

近日,有网友发帖称,江苏南通森林野生动物园内,多只羊驼因游客投喂过量,出现“吃撑倒地”情况。对此,有工作人员回应称:“旁边都有饲养员在观察动物情况。它们吃饱了就不张嘴了,嘴都抿起来了,不会再吃。”

从网友拍的图片看,几只羊驼因游客过量投喂而瘫倒在地、眼神呆滞。它们的痛苦,恰似对人类“爱心”最沉默的控诉。“吃饱了就不张嘴”——多少时论台 动物正是因为这句看

似轻松的话,一步步走向悲剧。上海动物园的红猩猩“森泰”因长期被投喂患上“三高”离世;西安秦岭的金丝猴因故意投喂永远闭上了眼睛……

这些本可避免的“意外”,在现实中却常常被以爱为名的无知所笼罩。我们总忍不住想给动物投喂点什么,以为这是在传递关爱,认为“我觉得好吃,你也应该喜欢”;“我给你食物,你就该接受和感激”。殊不知,它们温顺低头的模样,也许并非感激,只是无声的无奈。

面对愈演愈烈的投喂乱象,管理方的责任不容回避。很多动物园一边立着“禁止投喂”的警示牌,一边高价售卖投喂食品。例如,南通动物园将一袋胡萝卜定价20元,仍吸引游客争相购买。这背后,实则是利益的驱动。当“投喂体验”被打造为景区创收的卖点,动物的健康与福利,恐怕早已被置于次要位置。

要改变现状,需要从三个层面入手。教育要转变思路。上海动物园的“无投喂承诺打卡”是个好办法。游客签署电子承诺后获得纪念徽章,把“不投喂”变成一种有仪式感的文明行为。法规要长出牙齿。应该在全国层面细化圈养动物保护细则,将动物福利纳入景区评级指标,对违规投喂者实施严厉处罚。管理要创新方法。如可利用AR技术开发动物投喂模拟体验项目,在满足游客互动好奇心理的同时,从根本上杜绝真实投喂对动物带来的伤害,实现公益与体验的平衡。

(摘自《广州日报》10.9 丁慎毅/文)

**鳕鱼的外部效应** 当我们把汽车加满油,行驶在路上,我们已向石油公司支付了汽油的市场价格,然而汽车尾气会导致全球变暖,北极熊正奄奄一息,亚马孙森林里某种树木也因为尾气形成的酸雨侵蚀正面临灭绝,对此,你却不必支付费用。

经济学把这种行为称为外部效应,这是一种非常广泛的行为。比如,当你为了自己的安全,把你的小轿车换成又重又结实的SUV车时,就产生了外部效应。你在车里的确更加安全了,而对路上的行人以及其他车辆,却增加了危险性。很多事情的外部效应出乎我们的意料。

阿拉斯加鳕鱼细嫩鲜美,是最具经济价值的鱼类之一。消费的推动使得阿拉斯加鳕鱼的捕捞量逐步提高,然而,当人们过度捕捞鳕鱼时,以鳕鱼为食的海豹数量也急剧减少。

以捕食海豹为生的虎鲸由于失去食物来源,从而向近海迁移,并开始捕食海獭。海獭最喜欢的食物是海胆。当大量海獭成为虎鲸的食物后,海胆的数量陡然增加。海胆是嗜吃海藻的无脊椎动物,这又对当地的海藻森林造成了破坏性影响。失去了巨藻森林的缓冲,海水冲击海滩的力量大大增强,这使得沿海的住家饱受侵蚀,房价下跌。

阿拉斯加鳕鱼让渔业公司赚得盆满钵满,然而这些公司的老板却不会为海滩房主的损失支付一分钱赔偿。

(摘自《好奇心博物馆》岑嵘/著 甘肃人民出版社)



## 好人脉

我对“好人脉”的定义是能弥补你的不足之处、理解并能促进你发挥长处的人。出入各种不同行业间的交流会,不管得到多少张名片,这些人既不会成为你的朋友,也不会助你一臂之力。说句不好听的,这些人虽然是你自己努力获得的人脉,但他们根本算不上是真正的人脉。

(选自《青年文摘》长谷川和广(日)/文)

## 如是说

命运并不是合情合理的,否则不是命运。

——史铁生《务虚笔记》  
土耳其语里的“祝你生日快乐”直译过来的意思是“幸好你出生了”。

——网友@马达的加斯加  
以能力是否有限来衡量自己是否普通,本身就是一种优绩主义的陷阱。

——你总限制自己做大多数人的选择,你就会变成普通人

坏事还没发生,你就提前焦虑,就等于坏事发生了两次。糟心的事已经尘埃落定,你总是耿耿于怀,就等于糟糕了三四回。

——作家老杨的猫头鹰

当你跳出问题本身,开始从内心需要的角度思考问题时,你就掌握了解决痛苦的钥匙。我们的内心需要的是安全感、自由、价值感、意义、亲密,这五大需要构成了我们所有现实烦恼的核心。

——从非从《养育内心的小孩》

(摘自《新周报》)

## 听得进,也是一种智慧

逛街时遇到个老朋友,短短地交流了一会儿,明白了“听得进”也是一种智慧。

朋友说自己不聪明,也不勤奋,但很幸运,在重要的事情和判断上一向选择正确,哪怕有很多种选择,把人晃得眼花缭乱,也错不了。

真的如此幸运?我心生好奇,说出了疑惑。朋友先说了他身边两位朋友的事。这两位都毕业于名校,家庭殷实,既聪明又勤奋,那样的自身条件与外围环境,想不成功

都难。可能就是因为他们太优秀了,都比较固执,遇到一些事,会固执到谁说都听不进去的地步。南墙多得很,八辈子都撞不完,前途全叫南墙给堵死了。

朋友开始说自己。他知道自己的不够聪明,遇到大事的决策时,如果第一个人跟他说这事不太对,自己就会有些动摇。当第二个人再跟他说这个事情真的有问题时,他就开始去想哪里出了问题。当第三个人跟他说的时候,他会立

马停止。这就像他在手腕上划了一道口子,渗出了血,别人说这个做法是错误的,他就停止行动,不至于继续割下去。

临了,朋友感慨:“拿我这智商,可能都捕了几个大娄子了,人生早都毁了。幸运的是,别人一提醒就意识到了,及时扭转方向,没掉下万丈悬崖。”

会听,又听得进,也是一种智慧。

(摘自《今晚报》笃行/文)

## 西部高校面临科技成果转化之困

### 科研成果转化难

经过多年研究,青海省某高校生态学院实验室在当地特色生物资源利用与开发方面取得了一定进展,具备科研成果转化的条件,科研团队还就研发的系列产品申请了发明专利。然而,由于所在高校科研成果转化利益分配制度不明确,相关产品仅作为实验室的一项“成果储备”和职称评定的依据,至今仍“锁在抽屉里”,未能创造出经济价值。

许多高校项目都是基于国家科研基金的支撑,但由于一些人为设置的关卡,研发成果难以走向市场,社会层面无法真正受益。”一位受访高校教授说。

西部某高校科研团队负责人坦言,由于学校持有的职务科技成果的股权属于国有资产范畴,如果该项科技成果转化失败,就面临着国有资产流失的风险。因此,科研人员仍存在“不敢转”的顾虑。

此外,科研成果转化需要技术经理人进行价值评估、市场定位、法律谈判和资本对接,但西部高校普遍缺乏这类专业

化队伍。中试环节更面临“死亡之谷”——实验室成果走向产业化必须经过中试环节,这是最烧钱、风险最高的阶段。高校无经费投入,企业因风险大不愿投入,政府资金又倾向于支持前端研发和产业化,导致中试成为“真空地带”。

### 多重因素交织形成转化屏障

一是角色转化困难,利益分配机制存在梗阻。科研人员往往是技术专家,并非企业管理者、市场营销专家。既要搞科研、带学生,又要跑融资、找市场,精力分散,两边都可能做不好。

二是产业配套能力弱。

西部部分地区企业承接能力弱,消化技术创新成果的能力有限,风险承担意愿较低。因此,很多技术要么“沉睡”在实验室,要么研发团队不得不远赴长三角、珠三角寻找能生产

合格样件和进行中试的厂家,存在“研发在西部,生产在东部”的尴尬局面。

三是效益转化困难,科研成果转化经济价值难估算。青海省某高校在高原特色农业、特色经济作物培育以及高原生态保护等技术上,有很多适应当地条件的实用型研究成果。

这些技术本身很成熟,但转化后的市场效益计算却是个难题。不仅如此,西部农村地区往往存在生产经营分散、规模化程度低、农民承担风险能力弱的问题,技术推广起来也比较难。

### 打通梗阻需协同攻坚

深化机制改革,激发科研人员成果转化内生动力。陕西师范大学教育学部副教授李莹建议,针对当前高校和科研机构中存在的“重研发、轻转化”问题,需要及时扭转评价“指挥

## 莫把积分搞成“积怨”,消费积分乱象调查

天有效,到期自动清零。

“这么重要的规则,不仅字体小,位置也很隐蔽,此前也没人告诉我积分的有效期,我也没收到过到期提醒,这不是故意让我没法用积分兑换物品吗?”周女士说。

### 商家未通知就把积分清零

今年年初,我在某知名家电品牌线下门店买了冰箱、洗衣机等家电,花了两万多元,当时店员说消费1元累积1分,达到一定积分能换小家电。我想着之后再买些家电,攒够积分换个空气炸锅,结果前不久查看消费积分时发现,店家在没有任何通知的情况下将我的积分清零了!”北京的周女士气愤地说。

临了,朋友感慨:“拿我这智商,可能都捕了几个大娄子了,人生早都毁了。幸运的是,别人一提醒就意识到了,及时扭转方向,没掉下万丈悬崖。”

周女士翻遍该品牌APP的“会员中心”“帮助中心”,又几次咨询客服,这才在“用户协议附件3”里找到相关文字描述:消费积分自获取日起90

有效期已过”“未开通视为放弃”为由拒绝。

天津的郑女士参与了某家电品牌的“打卡得积分”活动,规则写着“连续打卡30天,每天可获100积分,合计3000积分”,可连续打卡10天后,郑女士发现,活动页面变成“名额已满,积分停止发放”。

对此,客服称:“‘活动限额1000人,你不在名额内’,但活动宣传页没说有限额,打卡时也没提示名额已满。”为此,郑女士要求商家补偿已打卡10天对应的1000积分,商家则回复“活动规则最终解释权归商家所有”,并拒绝任何补偿。

### 五花八门的规则让人头痛

上海的张先生是某运营商的老用户,一直使用一款近百元的包月套餐,去年年底偶然得知“消费可累计积分”,查询后却发现自己的积分清零。

“客服表示积分需要手动开通,没开通就没有积分,可我用了十几年,从来没人告诉过我要手动开通。”张先生要求补录9年的积分,客服以“积分

热门商品抢不到,售后无保障

北京的张先生在某银行APP上用8000积分兑换了一款“无线蓝牙耳机”,可收到耳机后,张先生发现耳机存在杂音严重、续航较短等问题,与商家宣传的“无杂音、续航8小时”严重不符。“我联系银行客服,他们说‘积分兑换的商品是第三方提供的,不享受退换货服务’,让我找第三方商家,可第三方商家又让我找银行。”

北京的吴女士发现许多平台商家和银行推出的“全积分兑换”活动开始后,热门商品均会在3秒内显示“售罄”,而同期在售的,需要用“积分+现金”购买的同款商品,往往库存充足,随时可买。

段威认为,消费者享有公平交易的权利,有权获得质量有保障、价格合理、计量正确等公平交易条件,有权拒绝经营者的强制交易行为。积分兑换中出现的“溢价高”“库存虚”等,本质上是商家剥夺消费者公平交易权的行为。

(摘自《法治日报》10.11)

