

首席评论

企业为涨薪 20 元致歉 缘何引发全网点赞

□孔德洪

重庆某公司的一封致歉信，近日在舆论场中涌动起阵阵暖流。这家已连续 37 年为员工涨薪的企业，因 2025 年制造业应收账款高企、非制造业经营未达预期，2026 年仅为员工每月涨薪 20 元，却特意致信说明：“这微薄的数字，是公司在困境中的最大心意，请见谅。”20 元，在当下或许不够一杯奶茶钱、抵不上一天通勤费，却赢得全网不约而同的点赞。（1 月 19 日《今晚报》）

点赞的背后，是对企业坦诚坚守的认可，更是对劳资关系的反思。现实中，不少企业遭遇经营困境时，动辄选择降薪裁员、缩减福利，甚至用“优化结构”“战略调整”等模糊话术搪塞员工，让猜疑与不安在团队中蔓延。而涉事企业的做法截然相反，不仅不回避经营压力，更主动把难处摆上台面；不把员工当作可随意削减的成本数字，而是视作并肩前行的家人。这份坦诚与坚守，比高额涨薪、经常裁员更能打动人心，也更能凝聚起情感共鸣。

相较于 20 元的金额，37 年连续涨薪的坚持，更显珍

贵与厚重。自 1989 年成立以来，无论行业冷暖、市场起伏，该企业每年都为员工涨薪，幅度多则 200 元、少则 50 元。即便近两年制造业承压明显，企业经营面临挑战，也始终不愿中断这一传统。对员工而言，“每年必涨”的预期早已超越单纯的福利范畴，成为安全感的重要来源，是“公司记挂着我们”最真切的具象表达。37 年如一日的坚守，让涨薪从薪酬调整升级为企业文化的底色，构筑起员工与企业之间牢不可破的信任纽带。

事实上，开诚布公的沟通，正是化解劳资隔阂、凝聚共渡难关合力的关键钥匙。当事企业在致歉信中不遮不掩，直白道出“制造业应收账款居高不下，非制造业经营不达预期”的实际困境，这种透明化的表达彻底消解了员工对企业是否藏私、是否敷衍的猜忌，让 20 元的涨薪承载起“共患难”的重量。揆诸当下，许多企业面对经营压力时，要么选择沉默不语，要么刻意制造信息差，让员工在未知中焦虑迷茫。事实上，劳资关系的和谐，从来不是单方面的妥协，而是双向的坦诚相待。把员工当作“自己人”，讲真话、亮家底，才能激发员工的归属感与责任感，

形成共克时艰的强大合力。

近期浙江温州一家企业推出 35 天春节长假，为返岗员工发放 5000 元补贴，同样引发全网羡慕。这些企业的共同之处在于，都深谙一个道理：账面利润是暂时的，人心凝聚才是企业最宝贵的无形资产。当然，我们不必过度美化 20 元涨薪的实际价值，但其传递的信号意义不容忽视。在裁员降薪新闻频现的当下，20 元涨薪与致歉信，恰如一束微光，照亮了企业经营的另一种可能：经营有难处可以理解，但对待员工的态度不能打折；薪酬数字有大小差异，但对员工的尊重与诚意不分轻重。企业的账本上，不该只有成本与利润的冰冷核算，更该有对人的关怀与尊重的温暖刻度。

人心不是可以随意消耗的资源，而是需要用心守护的财富。上述企业的故事之所以动人，正因其用 37 年的持续行动，诠释了“以人为本”的经营哲学，证明了尊重与诚意才是劳动关系最坚实的基石。期待更多企业读懂这份“20 元的诚意”，在追逐效益的同时，守住对员工的温度，让劳动关系少些冰冷算计，多些真诚与共担。

漫画新闻



通报处分

■中央纪委国家监委网站 1 月 17 日消息, 中央纪委国家监委通报 2025 年全国纪检监察机关监督检查、审查调查情况。2025 年, 全国纪检监察机关共立案 101.2 万件, 处分 98.3 万人, 其中包括省部级及以上干部 69 人。

新华社发 朱慧卿 作

百姓看法

别让 AI 图像蚕食专业精神与公众信任

□舒朗秋

近日有读者反映,为了学习摄影技巧,自己购买了一本《人像摄影口袋书》,翻阅后却发现书中图片具有 AI 生成图片的多项特征:部分模特面部模糊、光影逻辑混乱,甚至出现了违反生理常识的“六根手指”“六根脚趾”、肢体扭曲等现象。对此,出版方回应称,由于作者交稿时未说明图片使用 AI 生成,出版社在审核环节也没能及时发现问题。对此,出版社将为消费者提供无条件退款服务。（1 月 18 日 央广网）

一本名为《人像摄影口袋书》的专业教材因书中多张图片出现“六根手指”“六根脚趾”、光影失真、面部模糊等明显 AI 生成特征,引发舆论哗然。读者本为学习摄影技巧而购书,却意外陷入一场由“虚拟模特”编织的认知迷局。出版方回应称,作者未标注 AI 使用,审核也未发现,将提供无条件退款。这一事件看似是个案疏漏,实则折射出 AI 深度融入内容生产背景下出版行业在技术浪潮中的规范失守与价值危机。

AI 写诗、作画早已屡见不鲜,但当它悄然潜入专业教材,性质便发生了根本转变。摄影是一门关于真实世界的艺术,而一本教人如何拍摄真实人像的书,却用虚假图像作为教学范例,无异于以幻象传授真理。书中那些扭曲的手指、不自然的光影过渡,不仅是技术缺陷的暴露,更是对摄影专业精神的消解。读者支付真金白银,换来的却是数据拼接的“视觉谎言”,这不仅是误导,更是对知识尊严的践踏。

更令人忧心的是,从作者到出版社,整个内容生产链条竟对 AI 生成内容“视而不见”。该书出版于 2025 年 11 月,正值《人工智能生成合成内容标识办法》施行之后,法规明确要求 AI 生成内容必须

标识。然而,书中既无标注,也未说明,公然游离于监管之外。这暴露出当前出版行业在 AI 时代的准备不足:作者缺乏合规意识,出版社审核机制滞后,质量管控形同虚设。一个月内四次印刷,竟无一人发现异常,足见流程之松懈、责任之缺位。

事实上,此类现象并非孤例。某摄影大赛曾因 AI 作品斩获一等奖后被举报撤销奖项,画面中牌匾字体错乱,成为“AI 穿帮”的明证。这些事件共同揭示一个严峻现实:AI 生成内容正以低成本、高效率的优势迅速渗透图书、教育、媒体等领域,而相应的规则、伦理与技术防范却严重滞后。

技术本身无罪,但使用技术的方式决定其善恶。AI 可以成为出版业的“加速器”,辅助排版、优化设计、提升效率,但绝不能成为“替身”,替代真实创作,尤其不能侵蚀严肃知识的可信度。当 AI 越过边界,以虚假内容冒充专业案例,便已触碰出版的底线。

守住这条底线,需多方合力。首先,必须严格落实 AIGC(人工智能)强制标识制度,将标识合规性纳入出版编校流程,对未标注者追责到人。其次,行业协会应牵头制定细分领域 AI 使用规范,明确教材、学术著作等严肃出版物中,AI 仅可用于辅助设计,不得替代实证案例。再者,出版社需升级审核能力,引入 AI 内容检测工具,建立“技术+人工”双重把关机制。最后,畅通公众监督渠道,设立专项举报平台,让读者成为出版质量的“守门人”。

技术有尺,真实为魂。AI 可以改变内容的生产方式,但不应动摇知识的可信根基。出版承载着启蒙思想、传承文化的使命,这份厚重,不容被算法轻慢。别让“六指模特”成为常态,别让虚假图像蚕食专业精神与公众信任。唯有以敬畏之心为 AI 划定边界,才能让技术真正赋能出版,而非吞噬其灵魂。

第三只眼

长“生长周期”类商品 网购乱象亟待治理

□杨玉龙

记者近日采访发现,从花果种子、植物苗木,到收货后需要孵化的各色蛋类,再到经过数月才能辨明品种的鱼苗,这类需要一定生长周期的商品(以下称为长“生长周期”类商品),成为网购消费维权难的“重灾区”。等消费者发现“货不对板”时,往往错过了维权的“窗口期”,徒留消费者深陷维权困局。（1 月 18 日《法治日报》）

“明明栽种的是青苹果树苗,结出来的却是红色的苹果”“网购的鸚鵡蛋经过培育后不仅未孵出鸚鵡,反而变质成‘坏蛋’,联系商家后,却发现已被拉黑”……此类现象在消费实践中并不稀缺。购买长生长周期类商品时,部分商家会在详情页标注“种植风险自负”“活体不退不换”等条款,利用时间差规避责任,消费者往往陷入“过保无法追责”的困境。

据业内人士表示,长“生长周期”类商品的“货不对板”纠纷,与普通商品纠纷存在一定差异。如,验证滞后性,买家需数月甚至数年才能发现收到的货物品种或质量是否符合描述;结果不可逆性,商品生长后无法恢复原状;证据易灭失;因果链条复杂,动植物的品种差异有时需经专业鉴定,且容易受种植或养殖环境影响,责任界定易出现争议。

针对上述情形,消费者应当增强警惕。消费者在选购商品时应谨慎选择商家,优先选取资质信息完整,可出示繁育、检疫证明的长期经营商家。同时,也要留存完整证据,包括商品宣传图文、聊天记录、订单支付凭证、开箱视频、养护记录等。面对消费纠纷,可与商家书面协商并提出诉求,或向平台发起投诉,或向市场监管部门投诉举报等,进行有效维权。

构建全周期监管体系确有必要。诚如受访专家表示,平台可设立严格商家准入标准,实现货源可追溯;加强商品宣传内容审核,建立高效投诉反馈机制;结合商品特性提供合理争议处理渠道;对欺诈商家加大处罚与曝光力度。而这也正需要平台切实负起责任,尤其是可探索“先行赔付”制度,出现商家售假时先向消费者赔偿再向商家追偿。

从行政监管层面来看,一方面,监管部门应当加强消费警示,提醒消费者注意,谨防被商家的营销套路所蒙蔽,进而引导消费者理智消费;另一方面,应督促平台履行好监管审核责任,如,督促平台探索建立生长周期质保机制,要求商家承诺验证期内的品种保障,畅通消费维权通道。

商家也应该强化自律。商家应恪守依法诚信经营底线。例如,对于特殊商品,商家应自觉在商品页面显著位置描述关键信息,明确品种验证周期、方法及超售后期的品质保障政策,不能以“不支持无理由退货”免除质量瑕疵责任。还如,不应该通过文字游戏或虚假宣传诱导消费者消费,更不应以各种套路忽悠消费者。