

粤港澳游艇自由行双向互通

“粤艇南下”首航启程

羊城晚报讯 10月15日15时，珠海籍游艇“绅威70”在海事部门护航下缓缓驶离珠海桂山岛，前往香港水域。“粤艇南下”首航正式开启，粤港澳游艇自由行进入双向畅游新阶段。

此前，内地船员在香港驾驶游艇需要到香港考取航行资格。为保障“粤艇南下”顺利落地，珠海海事部门指导珠海船员培训机构拓展港澳游艇

证书考培业务。今后，内地游艇驾驶员在珠海参加培训后，即可取得香港水域航行资格。

“我们为‘绅威70’开通绿色通道，加急办理证书换发等手续，联合海关、边检等部门高效完成口岸出境查验。”珠海海事局工作人员说，“开航前，我们还提醒驾驶员密切关注天气海况变化，确保航行安全。”

今年6月，“港艇北上”政策落地实施，港澳游艇可驶入大湾区内地九市水域。本次“粤艇南下”政策正式实施，补齐了内地游艇赴港航行的反向通道。一南一北，一来一往，双向互通的水上航线，让大湾区游艇自由行构建起循环畅通的水上通行新格局，粤港海上文旅通道由此实现闭环贯通。

据了解，“粤艇南下”实施初期，仍沿用“港澳艇北上”的6个指定口岸：南沙港口岸南沙港区客运码头、蛇口港口岸客运码头、深圳机场口岸福永客运码头、珠海港口岸九州港区九州港客运码头、珠海港口岸万山港区桂山客运码头、中山港口岸神湾港区盛世游艇会码头。

（欧昊）

广东省生态环境厅 中共广东省委宣传部联合发文

寻找2026年广东“最美生态环境志愿者”

在广东，碧水蓝天见证着这样一群人。在河岸海滩边、森林旷野中、厂矿校园里、公园社区间、政务服务现场、乡村田间地头……他们从各行各业走来，用一次次弯腰、一次次巡护、一次次行动，把“守护”写进南粤大地。他们都有一个共同的名字：生态环境志愿者。

近日，由广东省生态环境厅、省委宣传部联合组织开展的2026年广东省“最美生态环境志愿者”宣传选树活动正式启动。活动面向全省遴选10名生态环境志愿者，大力弘扬志愿服务精神，广泛凝聚共建共享美丽广东的合力。



生态环境志愿者参与净滩行动 图/粤环宣

推荐条件

- （一）热爱祖国，拥护中国共产党领导，认真学习贯彻习近平生态文明思想，大力弘扬志愿精神，自觉践行绿色低碳生活方式，社会责任感和奉献精神强。
- （二）积极参加生态环境志愿服务活动3年及以上，利用业余时间无偿开展志愿服务，服务内容不属于本人本职工作履职范畴。
- （三）在环境治理、生态保护、绿色发展、生态环境政策宣贯及知识普及等方面实绩突出、事迹鲜活，群众认可度高、社会影响力大，能够发挥价值引领和示范带动作用。
- （四）遵规守纪、品行端正，无违法违纪行为和不良社会影响，无群众及基层单位反映负面问题。
- （五）生态环境系统在职人员不参与推荐。近5年内已获省级及以上同类荣誉者原则上不重复推荐。

参与方式

各地级以上市生态环境局作为地市推荐单位。参与者可直接联系当地生态环境局、市委宣传部报名。具体报名材料及截止时间以所在地市通知为准。省有关单位、中直驻粤有关单位请联系广东省环境保护宣传教育中心，联系电话：020-83561617。各推荐单位组织填写推荐表，对推荐材料的真实性、完整性、合规性严格审核把关后，于11月5日前将推荐表电子版及盖章扫描件发送至电子邮箱gdhzbzyz@126.com，邮件名称标注“××单位2026年最美志愿者推荐材料”。“最美生态环境志愿者”名单将于“12.5”国际志愿者日前后公布。（许敏）

首席评论

□汪昌莲

“赛博护工”养老，技术赋能还需人性暖心

重阳节将至，养老再次成为社会各界关注的议题。近年来，不少养老科技产品相继面市，助力解决老年人身体康复、安全防护、生活照护等方面的问题，用技术手段为银发群体生活赋能。从将轻便做到极致的“隐形机器人”，到零点几秒内快速响应的防摔马甲，再到可一键呼叫、自动排污清洁的如厕机器人……这些“赛博护工”正走入各类养老场景，让越来越多的老年人享受到便利。（10月15日《科技日报》）

“赛博护工”的价值，首先体现在硬核技能对养老压力的减负。当下，人口老龄化加速，专业护工缺口持续扩大，失能、半失能老人的日常照护，消耗大量人力。智能设备可以24小时值守，监测生命体征，及时识别跌倒、突发不适等风险，完成定时提醒、辅助移位等重复性工作，把人类护工，从繁重机械的事务中解

放出来，集中精力处理更复杂的护理工作。标准化的操作，也能减少人工护理中因疏忽、操作不规范带来的风险，成为养老服务有力的辅助力量。在一些人手紧张的养老机构，智能设备可有效弥补夜间值守人员不足的短板，降低突发意外无人发现的风险。

但技能可以通过算法复刻，养老服务里的“灵性”，却难以简单编码。老年人的需求复杂多变，并非全部能转化成指令和数据。同样一句表述，背后可能藏着孤独、疼痛或是恐惧。认知症老人的情绪波动、沉默老人难言的身体不适，都需要护理者察言观色，读懂语言之外的信号。算法只能响应预设场景，面对突发的情绪、复杂的心理诉求，很容易显得刻板生硬。不少老人排斥冰冷机器，不是因其功能不足，而是嫌它们缺少共情，难以从中感受到人文温度。部分独

居老人，需要的不只是健康监测，更多是有人倾听、陪伴聊天，这种细腻的情感互动，很难依靠程序代码完整实现。

“赛博护工”的定位，应当是辅助者而非替代者。养老的核心，是守护老人的尊严。机器可以完成体力层面的照护，却无法实现情感陪伴。未来养老服务的正确打开方式，是构建“人机协同”的照护模式：机器人承接监测、搬运、提醒等体力任务，护理人员专注沟通疏导、心理慰藉、个性化照料。面对老人的情绪低落、怀旧倾诉，依靠人的共情去回应，守住养老服务最珍贵的人文底色，避免养老陷入“重监测、轻关怀”的误区。养老机构在引入智能设备时，不能一味削减护工编制，不能用机器替代人际陪伴。

技术迭代，也要立足老人真实体验打磨产品。当前不少养老机器人存在短

板，听不懂方言、交互生硬，对老年群体使用习惯适配不足。研发企业不能只堆砌功能参数，要下沉养老场景，倾听老人、护工的真实反馈。优化交互逻辑，简化操作界面，兼顾安全性与舒适度，让机器学会“读懂老人”。同时，严守安全底线，做好隐私保护，规范设备的操作权限，防止机械伤害、健康数据泄露等风险。相关监管部门也应完善智能养老设备标准，对产品安全性、数据存储规则提出硬性要求。

发展智慧养老，要跳出唯技术论的思维。评价养老服务好坏，不能只看设备有多先进，更要看老人的体验感、幸福感。“赛博护工”的普及，不是用机器取代护工，而是借助科技延伸照护触角。技术赋能，灵性暖心，让机器守好安全底线，让人文关怀贯穿养老全过程，才能真正实现老有所养、老有所安。

热点快评

□余明辉

十个号码六个假?“400”电话“李鬼”亟待统一清理

近日，不少网友吐槽，搜索大品牌家电维修电话，拨通400开头号码后，等维修师傅上门才发现并非品牌官方售后。澎湃新闻“马上测”就此展开实测：通过必应检索“老板电器”“海尔家电”等十个家电品牌售后电话，其中六个搜到400开头假冒号码，五个品牌的假冒网页出现在检索首页，三个位于首页顶部醒目位置。此外，社交平台也成假售后重灾区，小红书上十个品牌有三个搜出被打假的号码账号，某社交平台上八个品牌都出现相关冒牌电话，且多占据搜索页顶部位置。（澎湃新闻10月15日）

这样的实测结果，不能不令人遗憾。本应是消费者求助品牌售后的便

捷入口，如今却成了山寨维修商囤猎用户的导流场。不少用户抱着信任拨通400号码，等来的不是规范售后，而是漫天要价的“李鬼”师傅，且权益受损后维权往往举证困难。

假“400”售后电话横行，首先遭遇损害的是消费者。很多用户报修时家电仍在原厂质保期内，却被假售后谎称过保，动辄收取数百上千元不必要的维修费用。更有甚者，非规范拆机直接导致品牌官方后续拒保，消费者一次误拨，就陷入“钱花了、机器坏了、没人兜底”的困境。

这一乱象蔓延也扰乱了家电维修市场正常秩序。正规品牌投入大量人力物力搭建的官方售后体系，被山寨

号码截走客流，售后服务被仿冒者的劣迹连累，多年积累的品牌口碑无端受损。合规经营的维修服务商被低价引流、高价宰客的套路挤压，老实做事的反而接不到单，最终形成“劣币驱逐良币”的逆向淘汰，整个行业的信任基础被持续侵蚀。

假“400”屡禁不止，是多重治理漏洞叠加的结果。400号段办理门槛不高，部分号码被违规代理批量办理后流向灰黑产业链，号源端的溯源管控存在明显短板。搜索引擎竞价排序机制下，假冒商家通过付费投放长期占据首页顶部位置，让普通消费者难辨真伪。社交平台内容审核缺位，大量已被品牌官方公示打假的号码和账号仍能长期置顶展示。

再加上接线人员刻意回避品牌归属问题，用“品牌专修”等模糊话术打掩护，整套误导流程环环相扣，迷惑性极强。

治理这一顽疾，不能只靠提醒消费者擦亮眼睛，必须多部门协同发力。通信管理部门要强化400号码全生命周期管理，对所有400号码来一次全面梳理，尤其是对多次被投诉、已被品牌打假的号码建立快速关停机制。搜索引擎和社交平台必须严格落实主体责任，对知名家电品牌官方售后电话设立白名单置顶机制，全面清理竞价排名中的假冒链接，压缩山寨商家的导流空间。市场监管部门要依据反不正当竞争法、消费者权益保护法等法规，对查实的假冒售后主体依法顶格处罚。

国家药监局出台新规 牙膏违规宣称功效将被淘汰

据新华社电 国家药监局10月15日发布《牙膏分类目录》，为牙膏功效分类与宣称划定规范边界。

按照我国现行法规规定，牙膏参照普通化妆品进行管理。此前《化妆品监督管理条例》《牙膏监督管理办法》已搭建起监管制度框架，但缺少细化的功效分类与宣称标准。随着国内口腔护理市场快速发展，牙膏产品功效宣称日趋多元，也暴露出一些问题：部分产品存在宣称不规范、效果夸大等问题，有的甚至打擦边球暗示产品有医疗作用。针对这一现状，为规范牙膏功效分类与宣称行为，国家药监局组织制定了这一目录。

国家药监局化妆品监管司司长李云峰介绍，目录最重要的内容，是将牙膏功效划分为八大类别，分别为基础清洁类、防龋类、抑牙菌斑类、抗牙本质敏感类、减轻牙龈问题类、去渍美白类、抗牙石类和减轻口臭类。每类功效均对应明确的作用机理，产品须符合相应作用机理方可标注该类功效，不可随意标注。

在此基础上，目录根据不同功效的风险程度，设置了三级差异化管理规则。

第一级为基础清洁类，是所有牙膏均应具备的基础功能，清洁牙齿、清新口气、减少牙垢、减少食物残渣残留等均属此类。对这类功效的管理最为严格，产品可使用的宣称用语仅限于目录明确列明的范围，企业不得自行增减或随意改动表述，从源头避免以花哨概念误导消费者。

第二级为与口腔健康关联最紧密的四类功效，即防龋、抑牙菌斑、抗牙本质敏感、减轻牙龈问题。由于这类功效直接关系到消费者的口腔健康状态，管理要求也相应严格，产品的功效宣称用语必须与目录所列表述在语义和功效本质上相同或者相近。举例而言，防蛀牙膏可以宣传预防龋齿、强健牙釉质，但不能声称可填补蛀牙、根治蛀牙，一旦越过功效

本质的边界，便可能对消费者造成误导，属于违规宣称。

第三级为侧重日常护理改善的三类功效，包括去渍美白、抗牙石、减轻口臭。这类功效属于日常清洁护理的延伸，目录仅列出功效宣称用语的参考示例，企业可根据产品实际调整或增加宣称用语，在守住合规底线的同时兼顾市场多元化、个性化需求。

除了按功效分类管理，目录还针对不同使用人群作出细分规定，其中家长普遍关注的儿童牙膏更是设置了明确限制。年龄在12岁以下（含12岁）人群适用的牙膏，仅允许宣称基础清洁类和防龋类两类功效。这意味着，此后市面上若出现号称具备美白、抗敏感、改善牙龈问题等功效的儿童牙膏，均不符合规范要求。

值得注意的是，牙膏包装上标注的薄荷味、水果味、清爽口感等内容，属于感官体验描述，不属于功效宣称范畴，不受目录约束。但目录划定了一条红线：所有牙膏的标签与宣传均不得明示或暗示具有医疗作用，若有产品声称可治疗牙周炎、治愈牙龈萎缩、抗幽门螺杆菌等，均属于违规宣传，消费者切勿轻信。

“考虑到行业调整需要合理周期，目录设置了平稳的过渡期安排。”李云峰说，目录自2027年5月1日起正式施行，施行后新备案的牙膏应当符合分类编码和功效宣称要求；施行前已完成备案的牙膏，备案人应当于2028年1月1日前完成备案信息变更；变更前已生产、进口的产品，如无质量问题，可依法销售至产品保质期结束。

一支牙膏，连着千家万户的日常生活，也映照着市场治理的精细化水平。李云峰表示，国家药监局将对目录建立动态调整机制，后续将结合科学研究进展、行业发展与监管工作实际，适时修订更新，确保分类管理始终贴合产业发展与公众需求。随着新规逐步落地，牙膏市场存在的功效宣称模糊、效果夸大等问题将得到整治。

今日论衡之世相评弹

□毕舸

花350元盯死员工？ 企业省了“管理成本” 丢了信任底线

给每台电脑花350元，就能买到一套可隐藏运行的电脑监控软件，实时截屏、同步聊天记录、追踪网页浏览痕迹，员工连上公司Wi-Fi后，连手机网页记录都可能被后台尽收眼底。近日，《工人日报》的一篇调查报告，把藏在很多办公室电脑后台的“隐形电子眼”摆到了公众面前：不少企业打着“提升管理效率”的旗号，悄悄给员工办公设备装上监控系统，有的即便事先口头告知，也刻意模糊监控边界，让劳动者在工位上时刻处于“被监视”的焦虑中。

此类现象并非个例，从依托智能系统，悄悄对员工的工作状态、面部表情、操作行为、在线时长、离岗频次等进行监控，再到后台擅自恢复员工已删除的私人聊天记录当作处分证据，职场监控的边界正被部分企业不断推开。很多管理者有一个想当然的误区：办公电脑是企业买的，网络是企业装的，自然有权看里面所有内容。

但法律层面早已给出明确答案。北京市第二中级人民法院此前审理的相关案件中，企业擅自恢复员工已删除的私人微信记录作为辞退证据，最终被法院认定为个人信息不当使用，相关证据直接不予采信，企业还被判支付违法解除劳动合同赔偿金。该判决释放出清晰信号：哪怕是在企业所有的办公设备上，员工依然享有合法的隐私权，私人通讯内容、非工作相关的个人信息，更不能被企业随意采集、调取和使用。

低成本“软监控”的泛滥，是某些企业落后管理思维的体现。在他们看来，只需在每台电脑上多花费350元，就能把员工的所有工作行为

拆解成可量化的监控数据。不少管理者放弃了目标管理、绩效激励这些更考验治理能力的手段，转而迷信“技术盯人”的低成本捷径，默认“员工天生不可信，必须时刻盯着才会干活”。

但如此管理模式换来的不一定是真正的效率提升，更大可能是员工的“反向适应”：把私人聊天切到手机上，给屏幕贴上防窥膜，把精力从“怎么做好工作”分散到“怎么躲过系统监控”。长期来看，企业内部的劳资信任会被消耗，原本应该协作共赢的劳动关系，或退化成互相设防的“猫鼠游戏”。

这类“隐形监控”天然存在举证不对等的问题。软件在后台隐藏运行，员工很难发现自己被监控，即便察觉到异常，也很难固定企业违规采集隐私的证据。劳动者面对的是掌握监督权限、管理规则的用人单位，多数人即便感受到隐私被侵犯，也会担心丢工作而选择沉默，权利失衡的状态，反过来又纵容了部分企业不断试探监控的边界。

对此，劳动监察部门有必要把职场隐私保护纳入常规监管范畴，畅通匿名举报渠道，对企业办公终端的监控行为开展常态化排查；市场监管部门也应当对售卖违规监控软件的灰色产业链加强整治，从源头降低企业获取“偷窥工具”的可能性。对企业而言，更该想明白一个道理：靠监控软件换不来真正的执行力，把员工从“透明工位”的焦虑里解放出来，用尊重和信任替代猜忌与盯防，才是真正能留住人、激发创造力的管理正道。

（作者是资深媒体评论员）