物业公司催收欠费，该不该大屏公示？

文明棱镜 看见问题的每一面

编者按 据媒体报道，近日，一则“物业将欠费业主姓氏、楼栋以及金额在电子屏轮播”的视频引发舆论广泛关注。该视频显示，电子屏被设置在小区进门闸机处，上面显示有欠费业主的姓氏、楼栋及具体金额，业主名字被打码。事发于浙江省宁波市一小区。物业公司负责人表示，小区物业费欠费总额高达数百万元，电子屏公示未披露业主全名、房号与联系方式，不构成隐私泄露，后续将通过诉讼追讨欠费。

物业费欠费纠纷在各地小区普遍存在。一边是物业公司收费难、巨额欠费影响小区日常管护；一边是业主人格权益、个人信息保护的法律底线不可逾越。舆论争议随之而来：面对欠费问题，物业公司能否采用“示众”的方式催收？简单打码就能规避侵权风险吗？如何探寻物业费欠费纠纷的建设性解决路径？

甲方 要看到巨额欠费影响小区管护的现实

◎ 童方萍

宁波一小区物业公司在电子屏轮播欠费业主信息引发热议，舆论焦点多集中于物业公司是否侵权，很少有人认真追问一个现实问题：当数百万元物业费收不上来，小区的保洁、安全保障、电梯维护保养等靠什么维持？是否应该跳出“物业公司侵权”的单一视角，正视高额欠费给小区日常管护以及全体业主的居住品质带来的现实损害？

物业公司提供服务、业主支付物业费，是法律的明确规定。《中华人民共和国民法典》明确规定，业主应当按照约定向物业服务人支付物业费。物业服务人已经按照约定和有关规定提供服务的，业主不得以未接受或者无需接受相关物业服务为由拒绝支付物业费。支付物业费是业主的义务。当然，法律也同时禁止物业以停水停电等方式催交，明确权利行使有边界。但业主支付物业费的义务并不会因为催收方式存在瑕疵而消失。

小区日常管护主要靠物业费支撑，数百万元欠费直接损害的是所有业主的居住品质。一些小区因物业费收不上来，管护经费持续吃紧，各项服务难以为继，使得物业公司不得不考虑撤场。物业公司撤离后，一些小区的电梯因存在安全问题而停运，垃圾堆积无人清运，门岗无人值守。

此外，一些业主长期欠费，相当于让正常付费业主承担了小区的管护成本，形成一种不公，损害了守约者的权益。物业服务覆盖的是公共区域，无法像商品一样“谁不付钱谁就不享用”。一部分人长期拖欠物业费，物业公司的保洁照常打扫楼道，保安照常值守门岗，电梯照常维护运行，这些费用由足额付费的业主默默承担了。这就是典型的“搭便车”行为：欠费者省下自己的支出，却享受着守约者付费购买的物业服务。当守约业主看到拖欠者既没有受到有效约束，也没有付出代价，“别人不交我也不交”便会从情绪变成行动，物业费欠费率会进一步上升，物业服务会进一步缩水。

物业以电子屏“示众”催交，方式确有法律风险，但是，一些物业公司面临的“常规催交手段已经失灵”的问题也应该被看见。当欠费业主摆出一副电话不接、通知不理、上门不见的姿态，物业公司以诉讼手段追讨又面临着周期长、执行成本高的问题时，欠费可能会像雪球一样越滚越大。部分业主对物业服务不满，以拒付物业费作为维权手段，缺乏法律依据，也在事实上把成本转嫁给了其他业主。只有让欠费的公共损害被小区业主真正看见，让守约者的不公平感被正视，让物业公司的收费诉求和业主的服务诉求平等对话，才可能从“曝光—侵权—再曝光”的循环里走出来。

当然，强调业主欠费的不妥之处，并不意味着认可物业公司的电子屏“示众”催交方式，只是说，正视业主欠费的负面影响、物业催收欠费的现实困境，是理性讨论矛盾的前提。说到底，物业公司与业主本是休戚与共的共同体。

乙方 “示众”式催收欠费会加深信任裂痕

◎ 李英锋

你不支付物业费，我就用电子屏曝光你。宁波一小区的物业公司如此操作，让人难以接受。尽管物业公司负责人说，公示时未披露业主全名、房号与联系方式，不算泄露隐私。但是，小区往往是熟人社会，欠费人的姓氏、楼栋、金额等信息凑在一起，邻居稍微一琢磨，就可能猜个八九不离十。将业主的名字打码，更像是给外人看的姿态，对本小区居民来说，欠费者被识别出来的概率很高。物业公司自己认为“不算泄露隐私”，可业主的真实感受和法律的定性，从来不以物业公司的单方面声明为准。

从法律角度看，业主的姓名、住址、物业费支付情况等，都属于受保护的个人信息。相关法律对个人信息的使用有着明确的约束，物业公司处理这些信息需要遵循合法、正当、必要和诚信原则，并将处理限于最小必要范围，取得业主同意或者有法定理由。物业公司为了催收服务费用，未经同意就把业主信息展示于公共屏幕，已经越过合理使用的边界，涉嫌侵犯业主的个人信息权、隐私权。

物业在小区入口的电子屏轮播业主的欠费信息，本身就带有公开惩戒、当众施压的意味。这一做法把欠费纠纷从物业和业主之间的双边沟通，变成在全小区居民面前的“示众”。业主每天进出都要经过那块屏幕，旁观者难免会议论、猜测，当事人则会难堪甚至愤慨。

其实，不少业主拒付物业费，并不是存心赖账。服务质量打折扣、公共收益去向不明、维修事项拖着不办、收费标准过高，这些都是常见的导火索。有些业主觉得自己的诉求没人理，才拒绝支付物业费。物业公司不从根源上找问题、想办法，却把欠费业主的信息晒到屏幕上。原本还有商量余地的纠纷，被这样曝光后，可能会越闹越大。

短期看，“示众”式催收或许能倒逼部分业主付费，毕竟谁也不想天天被邻居“侧目”。但这种效果是有代价的。那些被曝光的业主，心里记下的可能不是“我欠费不对”，而是“物业公司让我丢了面子”。这种情绪不会因为付了费就消失，反而可能转化成更持久的对抗：投诉物业公司，挑物业服务的刺，甚至在下一次付费时更加抵触。物业公司收上来一笔钱，却给自己埋下更多纠纷的种子，这笔买卖并不划算。更麻烦的是，其他业主看在眼里，也会对物业公司的做法产生警惕——今天曝光他人欠费，明天会不会轮到我？这种不安全感一旦扩散，物业公司和业主之间的合作基础就更薄弱了。

小区治理，说到底要靠协商和互信，不是“谁嗓门大谁有理”，更不是“谁能让对方难堪谁就赢了”。对欠费业主采取“羞辱式”催收，看着解气，实际上是在消耗小区里本就不多的信任存量。信任这东西，建立起来慢，塌下去快。一块电子屏轮播几天，可能就把物业公司和业主之间好不容易攒下的那点商量余地，给轮播没了。

丙方 物业费收取难，寻找治本之策是关键

◎ 许卫兵

物业费收取难，已是物业服务行业的普遍痛点。部分物业公司为收回欠款，采取简单粗暴的曝光手段，激化邻里矛盾。破解物业费催收难题，不能只盯着单次纠纷论对错，要搭建分层、多元、合法的全链条纠纷解决体系，从源头预防到中端调解、后端维权形成闭环，同时建立双向约束机制，实现长效治理。

做好前置预防，把矛盾化解在萌芽阶段，是减少物业服务欠费纠纷最有效的办法。部分业主拒付物业费，根源往往在于服务质价不匹配、收支账目不透明。物业公司要主动打开账本，定期公示服务清单、财务收支、小区公共收益等，做到每一笔开支有据可查。同时，及时响应业主诉求，补齐保洁、安全保障、设施维修等服务短板，让服务质量和收费标准对等。只有做到公开透明、履约到位，才能减少业主因服务不满而拒付费用的情况，从源头上降低欠费纠纷发生率。

针对欠费问题，要分类施策、分层处置。业主欠费大致分为三类：一时疏忽忘记付费、对物业服务存在异议、无正当理由长期恶意拖欠。物业公司要区别对待，不能“一刀切”地曝光催收。对于忘记付费的业主，以一对一电话、上门提醒为主；对服务有意见的业主，第一时间对接整改，联合业委会、社区协商，打消业主的顾虑；面对恶意欠费的业主，先发送书面催告函，列明欠费明细、履约依据与逾期后果，再充分发挥社区相关部门的作用，依靠第三方力量居中协调，尽可能在诉讼前化解矛盾，降低双方的时间成本与经济损失。

调解无效后，要守住法律底线，用好法定维权渠道，同时严守催收行为红线。《中华人民共和国民法典》规定，业主违反约定逾期不支付物业费的，物业服务人可以催告其在合理期限内支付；合理期限届满仍不支付的，物业服务人可以提起诉讼或者申请仲裁。监管部门应出台催收负面清单，划定行为边界，严禁曝光个人信息、限制业主出行等过激催收行为，杜绝侵权式维权，避免矛盾进一步升级。

此外，还应建立双向约束机制，打破“业主只能靠欠费抗议、物业只能靠催收维权”的僵局。一方面，要完善物业服务履约评价制度，由业委会、业主代表定期对服务打分，服务不达标的，业主可以通过规范渠道提出整改、申请减免费用，不必只能用拒付物业费表达不满；另一方面，督促业主履行契约义务，无故拖欠费用就要承担相应法律责任。双向约束之下，业主维权有渠道，物业收费有保障，双方才能形成良性互动。

前端抓好信息公开、服务提质，中端做好分层调解、矛盾化解，后端坚持依法维权、规范催收，再配上双向约束的长效机制，才能理顺物业公司与业主的关系，让小区管理步入良性循环。



朱慧卿 图

取消开机广告，才是“看电视”该有的样子

◎ 曲征

据媒体报道，10月27日，国家广播电视总局发布了《有线广播电视运营服务管理规定》《交互式网络电视运营服务管理暂行规定》，这两个文件自今年11月27日起施行。为方便大家看电视，新规对有线广播电视运营服务和交互式网络电视运营服务，均提出以下要求：实现开机看全屏直播功能，不得播放开机广告；方便用户自行选择开机进直播或者电视交互主页；缩短开机时长，简化遥控操作……

不少人有过糟心的看电视经历：按下开机键，要先等几十秒强制广告，好不容易进入主界面，满屏都是需要付费的影视剧推荐，想找个电视台的直播频道，得翻三四级菜单，折腾三五分钟才能看上想看的内容。对于不会操作智能电视的老年人来说，本来用来解闷的电视，几乎成了家里的“高科技摆设”。

此次相关部门发布的两项新规，精准切中所有用户的核心痛点。取消开机广告、默认开机进全屏直播、设置一键切换直播按键、首页增设免费专区、精简收费栏目……每一条都瞄准了近些年电视行业“流量优先、用户靠边”的歪风。

在很长一段时间里，电视厂商和内容平台为了赚广告费、会员费，故意把看电视的操作过程弄得很复杂，把付费内容放在最显眼的位置，把用户最需要的直播功能藏在最深的目录里，本该是公共文化服务载体的电视，逐渐变成资本收割用户流量的入口。

而这次新规的核心，就是把“看电视”的主动权重新交回用户手里，既保留了年轻用户喜欢的交互主页选项，也给习惯看直播的中老年用户留出最便捷的路径；既要求压缩收费栏目，也明确要求推广免费优质内容。这本质上是在商业利益和公共利益之间划出明确的底线。毕竟，电视不是只服务于愿意付费的年轻群体，它也是无数老人了解外界、日常消遣的重要渠道，更是重大公共信息触达大众的重要载体，不能完全被商业模式绑架。

当然，好政策需要好执行。后续需要监管部门畅通投诉通道，防止部分厂商钻规则空子，比如把开机广告换成“系统加载页面”变相保留，或是把免费专区办成“过时内容回收站”……总之，要力求让好政策真正惠及用户。

说到底，电视本质上是“看内容”的工具。这次新规出台，不过是让偏离轨道很久的智能电视回归它本该有的样子而已。

旧公文包循环使用，应成公务活动标配

◎ 余明辉

据媒体报道，近日，空军某部一场专业骨干集训如期举行。入场前，参训官兵在会议室门口逐一领取用于存放集训资料的公文包。参训人员、该部一级上士任童发现，刚拿到手的公文包有使用过的痕迹。“领到的公文包为啥是‘二手’的？”起初，任童以为是工作人员发错了，但环顾四周，发现大家手中拿的都是用过的公文包。“本次集训不发新公文包，统一领用旧包。集训结束后，旧包归还，下次重复使用。”工作人员的解释，让参训官兵豁然开朗。

以往，不少单位组织培训、召开会议，会为参与人员配发新公文包。单次采购公文包，看似花费不多，但年复一年重复添置，累积下来，就是一笔不小的行政开支。一些经常参加培训、会议的人员，往往攒下数个全新或半新的公文包，使用率极低，造成资源浪费。此次，空军某部从基层调研中发现这一隐性浪费，建立起公文包“统一采购、集中保管、循环使用”的全流程管理机制，抓住了“厉行节约落到日常”的关键点。

这种做法，打破了活动保障“重面子、轻实效”的惯性思维。过去，个别活动的保障环节存在一种错误认知，觉得发新公文包才能体现对参与人员的重视，才能显出活动的正式感。但公文包的核心功能是存放资料，只要清洁完好，完全可以反复使用。“把钱花在刀刃上”从来不是一句空洞的口号，而是要体现在每一次物资采购、每一件物品使用的细节上。

更深一层看，循环使用公文包带来的示范效应，远不止省下多少采购经费这么简单。它可以对参加活动的人员进行勤俭教育：不是只有艰苦年代才需要艰苦奋斗、勤俭节约，如今经济条件好了，节约每一件可用物资、盘活每一份存量资源，依然是全社会应当弘扬的优良风尚。当旧公文包经过消杀整齐摆放在会场、培训课堂门口，自然会引导大家形成“物尽其用”的共识，进而把这种意识延伸到其他环节，把循环使用的理念延伸到更多办公用品、会议培训物资领域，推动“过紧日子”从外部要求变成行动自觉。

当然，组织培训、召开会议厉行节约，不等于压缩必要保障。旧包使用前要予以清洁消杀，及时淘汰破损公文包，以保障使用安全，还要提前跟相关人员说明公文包领用规则，讲清楚会后需要归还，避免有人随手带走，造成物资流失。

科普读物岂能出现“双头虾”

◎ 廖卫芳

据媒体报道，最近有网友发现，《南海海洋生物科普丛书》的绘图中出现错误图片“双头虾”，长两个头的虾分别出现在该丛书第13册“斑节对虾”的封面与内页。这套书的序言说，绝大多数配图是用AI绘图工具生成的。相关出版社回应称，正在通知全网下架、召回涉事图书，已购买的读者可申请退货。

这起“双头虾”配图差错事件，暴露出当下科普图书出版领域滥用AI技术、责任缺失、审核失守的深层问题，值得整个图书出版行业深刻反思。

科普读物是传播科学知识、启迪读者认知的重要载体，真实、严谨、准确是其不可逾越的底线。尤其是面向未成年人的科普读物，从文字到配图，每一个细节都必须经得起科学推敲，容不得画蛇添足。“双头虾”显然是谬误，却堂而皇之地出现在正规科普出版物上，颠覆了基本常识，极易误导读者，尤其是未成年读者，违背了科普读物出版的初心与使命。

此次科普读物采用AI绘图，闹出“双头虾”笑话，根源在于出版领域对AI技术的滥用。当下，AI绘图、AI撰稿等手段，为出版行业降本增效、丰富创作形式提供了便利。不少出版社为追赶数字化浪潮、压缩制作周期，用AI替代人工。殊不知，AI技术生成的内容依托算法整合相关数据，只能拼接既有素材，无法自主辨别科学与否、是真是假，极易出现常识错误与细节错乱。

AI技术的缺陷，本可通过人工审核规避，却因层层把关缺位，最终闹出违背科学常识的笑话。对AI提供的素材进行严格筛选，本是编辑出版中初审、复审、终审环节的责任。一套完整的出版审核流程，本是内容质量的“防火墙”，但在此次事件中，所有审核环节集体失守，让荒诞的AI错误内容出现在图书当中，尽显行业的浮躁心态。

这起“双头虾”事件，无疑为整个出版行业敲响了警钟。每个从业者都必须摒弃浮躁功利心态，敬畏出版事业，尊重读者。在AI技术运用越来越普遍的时代，必须坚守严谨底线，建立AI内容专项审核机制，明确人工终审责任，堵塞质量监管漏洞。AI技术越便利，使用工具的人越需要保持清醒。

唯有以专业把控技术，以严谨守护内容，摒弃创作中的投机主义，才能避免类似“双头虾”这样的差错，让科普读物真正传递真知、滋养人心。