



全方位震慑「随手抛」一族



今天,由最高人民法院发布的《关于适用〈中华人民共和国民法典〉侵权责任编的解释(一)》(以下简称《解释》)正式施行,对高空抛物侵权责任作了进一步规定。这次法规修改调整了哪些部分?将起到何种作用?能否对高空抛物行为产生遏制?

依照民法典第1254条第1款的规定,从建筑物中抛掷物品或者从建筑物中坠落的物品造成他人损害的,由侵权人依法承担侵权责任。同时,该条第2款规定,物业服务企业等建筑物管理人应当采取必要的安全保障措施防止高空抛掷物、坠落物造成他人损害,违反该项义务应依法承担侵权责任。于是问题出现了,当高空抛物者与物业公司等建筑管理方被作为共同被告时,如何划分双方的民事责任?赔偿应该怎么分摊?民法典第1254条并未明确规定。

李一能

于是《解释》第24条对此予以明确:具体侵权人是第一责任主体,未采取必要安全保障措施的物业服务企业等建筑物管理人在人民法院就具体侵权人的财产依法强制执行后仍不能履行的范围内,承担与其过错相应的补充责任。这就意味着高空抛物者首先要承担全部赔偿责任,如果赔到“倾家荡产”,无力赔偿部分再由抛物建筑物管理人根据责任承担,承担标准是其过错的程度。

《解释》第25条还明确规定,无法确定高空抛掷物、坠落物致害的具体侵权人的,未采取必要安全保障措施的物业服务企业等建筑物管理人承担与其过错相应的责任。被侵权人其余部分的损害,由可能加害的建筑物使用人给予适当补偿。上述责任主体承担责任后有权向将来确定的具体侵权人追偿。

例如,一栋大楼发生高空抛物,一辆车被砸坏,在无法确定抛掷物的情况下,物业公司首先要承担一部分赔偿责任车主,然后该楼可能实施抛掷行为的所有住户,都要共同承担部分赔偿,如果以后找到肇事者,物业以及承担责任的居民都可以向此人索赔。

从这两条规定可以看出,《解释》出台的首要目的,是加强对高空抛物的被害人的保护。不至于出现因为肇事者没有赔偿能力,或是无法确定肇事者,判决书变“白条”,挨砸变“白砸”的情况。《解释》明确了各种情况下的责任主体,以及其所应当承担的责任,在发生高空抛物引发的诉讼中,司法部门能够更好地主持公道,维护被害人的合法权益。

从另一个方面来看,《解释》的出台,也对强化遏制高空抛物行为的源头管理产生了作用。以往物业公司等管理部门对高空抛物的应对多在事后,因为其并非主要责任方,即便承担法律责任,所要支付的赔偿也是有限的。如今,如果管理不当发生高抛损害事件,管理方赔偿的比例可能会大大提高。因此,物业公司等管理方也将会有更大的动力去强化前端管理,例如加装监控,或与公安等管理部门加强合作。例如,不久前金山一社区就利用AI高清摄像头锁定了连续抛物9次的一户居民。只有在恶性事件发生前,就拥有发现并阻止高空抛物行为的能力,才能从源头上加以遏制。

《解释》出台将带来的第三个变化,是所有公民,都应当对高空抛物行为零容忍,不仅自己不能成为抛物者,一旦发现邻居、家人有抛物行为,就要及时劝说、制止或者报告,纵容这一行为就意味着可能会成为连带责任人,一同承担赔偿责任。

高空抛物,危害巨大,早已成为人人喊打的“社会公害”,随着法规逐步健全、科技持续发展,那些“随手抛”一族终将收回作恶的手。



上海打造世界一流“设计之都” 在街角巷尾 感受创意灵感



本报记者 叶薇

从时尚秀场到创意市集,从充满巧思的飞机座舱、跑跳全能的机器人到智慧仿生微创介入手术系统,从藏身于公园的“马术谷”到唤醒江南水乡灵韵的城市街区……设计的力量无处不在,塑造着上海作为设计之都的崭新面貌。

上海,正成为一个超级设计场景和想象力实验室。创意的火花在这里碰撞,合作的种子在这里生根发芽。

“头雁”引领产业创新

去年入选国家级工业设计中心的非夕机器人,采用简洁和人性化设计,实现了自适应机器人在功能性、实用性、美学等方面的平衡。比如,通过不断调整优化手臂曲面的控制点位,机器人的曲面连续度可达消费级标准;关节处塑料外壳状如水滴,看起来自然典雅,能在碰撞时保护用户及周边设备;将力的感知和控制能力提升到新高度,实现产品在不确定场景中可自我调整。非夕科技副总裁胡晓平介绍,机器人产品除了操作和交互等核心功能外,一定要很好地融入日常生活。“我们坚持研发更通用、智能的机器人技术,也持续设计以人为中心的机器人产品和系统。”

主打高端医疗装备的联影,这次大会带来了入局消费端健康管理赛道的关键产品:医疗级助听器uOrigin源系列(见小图 本版摄影 记者 陈梦泽)。大会现场,联影微电子助听器事业部资深临床应用专家屠文河介绍,“芯片和算法最为关键,技术壁垒也最高,其性能不只决定了用户能否‘听得到’,更关键决定了能否‘听得清听得懂’。”为此,联影微电子从底层技术入手,原创了中文听力平台,深度定制中文言语增强算法与中文听力公式,为每个用户量身定制声音补偿。屠文河介绍,如何做到小巧隐蔽以满足用户情感化需求是产品设计重点,比如通过圆润流畅的外形设计来更贴合耳部轮廓,选择更加低调内敛的配色等。“我们的深耳定制系列,已做到了业界最小体积。”

市经信委主任张英介绍,上海设计产业中坚力量持续发展壮大,累计培育国家级工业设计中心21家,市级设计创新中心191家,市级设计引领标杆企业92家;设计产业规模稳步增长,2023年全市文创产业规模达2.34万亿元,同比增长7%,创意设计产业占近七成。其中,在工业设计、时尚设计、建筑设计、数字设计等领域,“上海设计”继续领全国之先,知名设计企业不断涌现,设计成果层出不穷。

潮流品牌描绘美好生活

与二次元IP跨界合作,以唤醒情绪价值打动消费者、绿色可持续贯穿设计研发全过程、独立设计师大放光彩……无论是老字号,还是新网红,在设计的舞台上,用的是同一种语言——以时尚设计引领潮流、绿色、健康、



智能和个性化消费,点亮民众美好生活。

首次参加设计之都大会的新锐品牌Moody围绕“内在情绪可视化”,在产品设计上和概念上不断突破想象(见大图),唤醒年轻消费者的情绪价值,推出高品质、精设计、短周期的彩瞳产品。“设计师运用外、中、内三圈图案设计和色彩层叠,以不同色彩饱和度、点阵排列和花纹组合,创造出不同系列和风格的镜片效果。”展台负责人高小姐介绍,消费者根据不同心情、不同场景佩戴不同风格的彩瞳,随意切换身份与风格。

自然堂将绿色美妆理念融入原料、生产、包装等多个领域,持续提高绿色可持续包装比例。“循环利用和低碳生活代表着一种现代生活的新潮流,年轻消费者很愿意为绿色产品买单。希望通过大会,让更多原创设计参与到行业的可持续发展中去。”自然堂公共事务总经理陈娟玲说。

为吸引年轻消费群体,老凤祥不断拓展联名产品的开发和营销,比如,公司和米哈游联名开发了金票、首饰产品;与野兽派联名开发了车载香薰产品;与南梦宫联名开发了高达系列手办、首饰产品。这些产品融合了IP元素,深受消费者喜爱。“过去消费者较看重黄金饰品的保值功能,如今的年轻消费者更看重设计感与潮流化。”老凤祥市场部副经理李明浩表示。

上海已成国际时尚品牌优化布局的试水地、全球潮流的首发地,同时也是时尚智能用品的主要目标消费市场。上海在服装服饰、美妆护肤、珠宝首饰、智能家居、数字内容、时尚可穿戴、运动健身、适老婴童、文创产品等领域增加优质产品和服务供给,老凤祥、恒源祥等一批国民经典品牌焕新,Moody、小白熊等一批新锐品牌快速成长,小红书、得物等在线新经济平台上一批潮流品牌蓬勃成长。

城市空间处处有设计

有1400余年历史的青浦区蟠龙镇,2023年完成了历时五年的“城中村”改造项目。焕新归来的蟠龙天地,成为集聚江南水乡与海派文化特色于一体的上海时尚新地标。踏入蟠龙天地,人们可感受到厚重悠久的历史与现代时尚气息碰撞出的火花。今年,蟠龙天地以“蟠龙水集”“张灯结彩”“天地世界音乐节”“光影上海”等众多活动,打造独特的城市微度假体验。

设计灵感变幻成为生生不息的纽带,连接起上海的每一条街道与每一处角落。漫步徜徉在上海的街角巷尾,感受着城市的变迁与新生。近年来,上海基于建筑设计资源优势,精心打造活力城市空间,建设城市地标建筑,赋能城市更新和旧区改造,美化浦江苏河两岸公共空间,服务五个新城建设,支持美丽乡村和崇明世界级生态岛建设。世博文化公园、上图东馆、上博东馆等一批地标建筑落成,蟠龙天地、上生新所等一批城市更新项目成为热门打卡地,金山水库村创新打造数字游民国际村,探索乡村振兴新范式。

今年的世界设计之都大会专门设置了“服务设计展”,精选14组鲜活案例,展现服务设计的方法与成效。比如,同济大学设计创意学院带来的老年慢性病健康管理系统、多维紧急车辆调度服务系统,都展示了服务设计的价值。

作为超大型城市,上海为服务设计提供了广阔的设计需求和应用场景。近年来,上海以设计为引领,立足以人为本的理念,不断优化城市公共服务,推动政务服务智能化与便捷化。比如,以服务设计打造数字化公共交通服务,实现公共交通“一码出行”,公交电子站牌基本实现全覆盖;以服务设计打造智慧化精细化个性化养老服务,共建设30余家智慧养老院,适老产品库已扩展至9大品类、350余种产品。