

从“宠孙辈”到“宠邻居” “宝藏外婆”织出最美朋友圈

走进宁波市海曙区高桥镇青年才郡小区自治站,毛笔书写的“学院社区徐嘉玲等老人钩针作品”横幅映入眼帘。横幅下的长桌上,满是色彩鲜活、样式新潮的钩针作品:既有蕾丝坎肩、小背心等精巧钩针服饰,也有花卉、小动物等灵动造型。鸭子黛西、菜狗、露露兔、孙悟空等热门IP形象格外吸睛,不仅引大人驻足,更让孩子挪不开脚,有小朋友笑着说:“比潮玩店还好逛!”



徐嘉玲穿着自己的钩针作品

七旬老人网上自学教程 是外孙女眼中的“宝藏外婆”

这些作品大部分由社区手工达人徐嘉玲制作。

徐嘉玲今年76岁,年轻时随家人辗转陕西、四川等地,退休后,为了帮女儿带外孙女,才安居在青年才郡小区。

织毛线的手艺是年轻时便学会的。“小时候家里条件不宽裕,织出来的毛衣手套拿出来卖也能贴补家用。”后来她上班后,便再也没有做过这些。

直到退休来到宁波,外孙女开始上幼儿园,徐嘉玲才空出手来重新捡起了这些爱好。

从外孙女的毛衣、帽子开始,她渐渐开始提高难度,墙上挂的画是她绣的,柜子的装饰物是她做的,花瓶里足以以假乱真的毛线花是她钩的……家里被装饰得生机满满,外孙女也喜欢,徐嘉玲就更“沉迷”了,时常废寝忘食地做手工制品。

后来外孙女上了学,带同学来外婆家玩时,同学们总能拿到外婆织的小玩具。有些同学还想要“定制款”。迪士尼同款、Labubu、蔬菜精灵,徐嘉玲在孩子们的七嘴八舌中接触到了这些知名IP形象……为了满足外孙女



钩针作品孙悟空

和同学们的“小要求”,徐嘉玲在网上自学教程,网上没有的,就看着样式自行构思。慢慢地,徐嘉玲的作品越来越时髦,她也成了外孙女和同学们共享的“宝藏外婆”。

从家庭到社区 她成了邻居们眼里的“巧手老师”

在宁波,“高能量”的徐嘉玲根本闲

不下来。除了带孩子、做手工外,她还自学书法、加入社区合唱团。而她的手工特长正是合唱团团长谢慧毅发现的。“那时候看见她经常在排练的空当钩毛线,后来参观了她家,家里全是各种各样的毛线、刺绣作品,太震撼了。”谢慧毅告诉记者。

“你这手艺厉害啊!我看我们小区很多人喜欢玩钩针,要不要告诉社区,给大家开个公益课?”团长的一句话,让徐嘉玲又充实了起来。找花样、购材料,虽然徐嘉玲一直说:“我可不是当老师,很多针法大家互相交流、互相借鉴而已。”但这份热情被邻居们和合唱团的队友们看在眼里。

学院社区也给了他们大力的支持。今年9月,在高桥镇社会组织(党群)服务中心、高桥镇社会工作站及高桥镇慈善分会的指导下,学院社区为居民徐嘉玲阿姨举行了一场温馨的“巧手工作坊指导老师”授聘仪式。仪式后,徐嘉玲还带着邻居们一起做起了“旧物改造”。在她们的巧手下,原本废弃的帆布包被绣上精美图案,变成独具匠心的艺术品;零碎的毛线则被编织成可爱的小玩意儿,焕发出新的生命力。课后阿姨们都背上了自己亲手制作的独一无二的“奢侈包”。

据《宁波晚报》

短视频广告“精准收割”老年人?

省消保委针对老年消费者开展了专项问卷调查

短视频平台因其便捷性、内容多元、娱乐性强等特点,已成为公众获取信息和休闲娱乐的重要渠道。然而,部分平台借助大数据技术精准识别用户偏好,实施定向广告推送。这类广告往往包装精美、话术诱人,使得信息辨别能力较弱的老年人更易落入营销陷阱,成为被“精准收割”的对象。

为深入了解老年群体在短视频平台的消费现状,近期,浙江省消保委针对60岁以上人群开展了专项问卷调查。

调查显示,老年人最常使用的短视频平台前三名分别为微信视频号、抖音和快手。在购物频率方面,43.96%的老年消费者在短视频平台购物较为频繁,平均每周至少1次,其中28.99%的消费者购物频率在每周3次及以上。保健食品和服装鞋帽,是老年消费者购买最多的品类,其次为家居用品、医疗器械、普通食品和日化用品。

在选择短视频平台购物的主要原因中,77.99%的消费者表示曾因视频宣称“可替代药品治疗疾病”或“对治疗有益处”而下单;73%的消费者认为平台广告吸引力强、商品展示直观。此外,有8.03%的消费者曾因误操作点击链接而完成下单。

值得注意的是,只有26%的消费者认为商品实际效果与宣传“完全符合”,43.91%认为“基本符合”,19.11%认为“部分不符”,10.98%认为“严重不符”。

有超过33%的消费者在收到货后发现有问题,其中,反映最多的是“货不对版”和买到“三无产品”。此外,售后推诿拖延、个人信息泄露、售后无门或被商家拉黑等问题也时有发生。

在遇到消费纠纷的受访者中,46.28%的消费者表示维权成功,40.49%表示部分成功,13.22%表示维权失败。消费者维权过程中的难点主要集中在带货短视频被删除、商品链接被下架、无法获取商家真实身份信息以及商家注销账号。

在对平台消费的整体满意度评价中,53.94%的消费者表示满意或非常满意,22.06%认为一般,24%表示不满意或非常不满意。

为加强老年消费者权益保护、进一步规范短视频带货行为,浙江省消保委针对短视频平台提出以下4方面建议:

强化商品资质审核,确保相关信息真实、有效、齐全。明确商品信息展示规范,要求商家如实标注产品名称、成分、规格、产

地等核心信息,严禁销售“三无”、假冒伪劣产品。

规范视频宣传内容,建立并动态更新针对保健、养生等领域的违规宣传词库(如“替代药品”“根治疾病”等),利用技术手段强化前置过滤与实时监测。对相关带货视频加大人工审核力度,重点核查其是否存在明示或暗示疾病治疗功效等内容,及时下架或删除违规视频链接。

建立纠纷快处通道,专为老年消费者服务的客服热线和在线入口,提供一对一的指引与协助,优先处理涉老消费纠纷。确保带货视频、商品链接、交易记录及商家信息在一定期限内可追溯,为老年消费者维权提供明确依据。

完善适老功能设计,推出并优化“适老模式”设计,简化操作流程,放大字体,增强对比度,提供清晰的语音提示,减少因误操作导致的非意愿下单。强化风险警示提示,在老年人观看特定品类商品视频时,通过弹窗等形式提醒老年人警惕相关消费风险。探索建立“老年人算法保护模型”,严禁使用算法诱导老年人消费、沉迷。

据《浙江法治报》