

观点
扫描



科技是发展的利器,只有服务于人,才能行稳致远。针对“机器狗”的探讨,实质是探寻如何让科技更好造福人类、服务于人。

从泰山“机器狗”爆火看科技改变岗位需求

近日,泰山上一只“机器狗”火遍全网。它身驮重物在陡峭山路上“健步如飞”,从山脚到山顶仅用了2小时。外交部副部长华春莹在社交平台上发文为泰山“机器狗”点赞:“机器狗在雄伟的泰山上充当搬运工,科技造福人类。”

“机器狗”以及一系列具有超强“工作能力”的具象智能单体的出现,在引人赞叹的同时也引发了思考,面对人工智能对就业的冲击,应该如何应对?事实上,科技进步带来的生产方式的改变与跃升,最终会让人们的生活更便利。历史与现实早已反复证明了这一点,技术的进步会让一些工作岗位被替代,但必然伴随着新的就业机会产生。

不可否认,曾几何时,挑山工是泰山上一道特殊的风景线。但事实上,由于挑山工作过于辛苦,近些年也面临年龄越来越大、从业人员越来越少的窘境。有数据显示,至2018年已剩不足10人,“下一步物资谁来运”已成为这一岗位的新问题。无人出租车、自动售货机、自动送货车等机器人作为一种全新的生产力率先在中国落地,解构和重建了一些目前现存的工作岗位。在此过程中,曾经“难于上青天”的工作,开始变得简单;那些技术含量不高、重复性强的工作,也逐渐走向衰亡。大量劳动力被解放出来,投身到更具有创新

价值的工作岗位上,这何尝不是一次针对生产力的革新?

目前,我国正大力推进现代化产业体系建设,加快发展新质生产力。据工业和信息化部新闻发言人、总工程师赵志国介绍,我国制造业转型升级步伐加快,中国“灯塔工厂”总数已达72家,占全球42%。我国在传统制造业上的综合性优势,有望在AI时代进一步凸显,人工智能正在改变我们的生产生活方式,这是挑战也是机遇。

科技是发展的利器,只有服务于人,才能行稳致远。针对“机器狗”的探讨,实质是探寻如何让科技更好造福人类、服务于人。答案是既要勇于用新事物打破旧的生产生活方式,释放新活力;又要加强管理与引导,为新事物匡正发展方向,引导科技创新回归以人为本的初心使命。

为适应新一轮科技革命和产业变革加速演进,发展新质生产力,促进产业升级的需要,近日国务院出台了《关于深化产业工人队伍建设改革的意见》,首次将创新能力和劳动付出、技能水平并列提出,为产业工人下一步发展指明了方向。我们只需做好准备,拥抱变革,未来,新技术行业必将进一步开拓就业创业新空间。 赵剑影 来源:工人日报



我们期待相关部门能够从这次不幸中总结经验,采取切实有效的措施,既保障人民的生命财产安全,也为野生动物留下一片宁静的生活空间。

野猪闯入致高铁事故:安全与生态如何平衡?

10月27日发生在南京南站至紫金山东站间的野猪闯入高铁线路事故,不仅引发了列车延误,更令人痛心的是,一名随车机械师因此不幸遇难。此事件揭示,在快速发展的现代社会中,如何在确保人类活动安全的同时维护生态平衡,已成为一个亟待解决的重要议题,应力求在二者之间找到最佳的平衡点。

在交通领域,安全是最基本也是最重要的前提。中国高铁网络的迅速发展,极大提升了国家的综合运输能力,并促进了区域经济的协调发展。然而,随着高铁线路的不断延伸,铁路沿线的自然环境变化也带来了一系列新的挑战,比如野生动物(如野猪)进入铁路区域,增加了列车运行的安全风险。

与此同时,生态文明建设是我国一项长远的战略任务。随着城市化步伐的加快,野生动物的生存空间受到限制,导致人与动物之间的矛盾日益突出。在这种背景下,如何在保障交通基础设施高效运作的同时,有效保护当地的生态环境,避免对野生动物造成不

要的伤害,成为了我们必须面对的问题。

面对安全与生态保护之间的潜在冲突,我们需要采取更为积极的态度,寻找两全其美的解决方案。一方面,铁路部门应当加强与地方政府的合作,共同探讨并实施针对特定地区野生动物的防护策略,例如建立物理屏障、安装预警系统等,以降低野生动物进入铁路区域的风险;另一方面,通过加强公众教育和宣传,提升民众对生态保护重要性的认识,鼓励全社会共同努力,营造一个人与自然和谐相处的美好环境。

此次野猪闯入高铁线路的悲剧,不仅是对交通安全的重大考验,也是对我们生态保护意识的深刻警示。只有将安全与生态保护放在同等重要的位置上考虑,才能实现真正的可持续发展。我们期待相关部门能够从这次不幸中总结经验,采取切实有效的措施,既保障人民的生命财产安全,也为野生动物留下一片宁静的生活空间。

王梓珉 来源:红网



虽然消费环境在逐步公开透明,但“新瓶装旧酒”式的虚假折扣套路还是要加以提防。出现问题的平台和商家也要明白,消费者或许会上当一两次,但不会一直踩坑掉坑。

“双11”预售套路,终会套住自己

随着“双11”临近,不少平台开启了“双11”预售活动。然而,有消费者投诉称,有些平台商家的“双11预售”产品价格比直接购买更贵、预售结束后立刻降价……不少用户晒出预售前后的对比图,并吐槽“凑满减、下定金,再定闹钟提醒自己付尾款,结果一通操作下来还贵了几十块钱,又得再退款重新买,预售的意义何在?”

从“双11”诞生之日起,就出现过商品“先涨价再打折”“虚假折扣”等现象。也就是说,这些商家以这种办法让消费者误以为促销商品更优惠、性价比更高,实际上却进入了商家的“套中套”。

而今年“双11”出现的“预售产品比直接购买更贵”现象,更像是“虚假折扣”“先涨价再打折”套路的一个变种。虽然具体操作方式不一样,但本质都是相同的,即用虚假性质的折扣给相关预售产品印上“高性价比、便宜”的烙印,进而请君入瓮收割消费者。

面对质疑和投诉,相关平台的回应通常是,如果出现预售价格比实际下单更贵的情况,建议用户退款,重

新下单购买。这样的说法过于轻飘飘,并不能完全消除消费者的不满和疑虑。因为不是每一个用户在购物后,都会持续盯着商品的后续价格。如果消费者忽视了,也没有退款重新买,岂不是成了冤大头?

最近,国家市场监督管理总局向主要电商平台发布《“双11”网络集中促销合规提示》,要求全链条优化促销规则,保障活动规范、透明。严禁不按规定明码标价、价格欺诈等侵害消费者权益行为。全国各地的消保委、消委会也陆续发布“双11”消费提示,建议消费者关注商家的价格走势,避免被坑。前者是为了给各大平台和商家戴上一个规定的“紧箍咒”,后者则是为了给广大消费者打一支“预防针”。

这“一咒一针”只是一种打底,关键是消费者自身还要更加理性和清醒,虽然消费环境在逐步公开透明,但“新瓶装旧酒”式的虚假折扣套路还是要加以提防。出现问题的平台和商家也要明白,消费者或许会上当一两次,但不会一直踩坑掉坑,另外,你和消费者“玩小九九”,大概率不会有好下场。 王彬 来源:钱江晚报