

做智能时代的“智者”

□唐剑锋

现在是AI时代,也就是人工智能时代。智能手机、社交媒体、云计算等技术的广泛应用,极大地丰富了我们的生活方式和工作场景,大大提高了工作效率。面对层出不穷的新知识,只有不断学习和更新自己的知识体系,才能跟上时代步伐。我们每个人都需要保持对新技术、新知识的敏锐度和好奇心,才能让人工智能乖乖成为我们的帮手,而不是竞争对手,更不会被其取代。

AI虽然强大,但终究只是工具,无法完全替代人类的情感、创造力和复杂决策能力。面对AI技术的快速发展,我们要保持开放心态,主动学习掌握新技术和知识,才能始终牵着AI智能的“牛鼻子”,而不是让AI技术牵着走。一切消极抱怨都无济于事,一

切等待观望只能坐失良机。只有AI强,我们更强,才能适应AI时代,做AI时代科技革命的“智者”。智能时代不可怕,可怕的是自己游离于智能时代以外,那样,别说AI帮助我们工作、做事,就连最基本的应用,都是一道过不去的关。

今天的智能手机功能很强大。抱着学习和不耻下问的态度,很多老年人也学会了应用,但只是学到了皮毛,很多能给我们生活和工作提供帮助的功能还远远没有学到手,只是用了手机功能中很小的一部分。对老年人来说,也就“够了”;但对正在上学的少年,已经工作的年轻人、中年人来说,就远远不够。不是危言耸听,如果甘于不求上进,AI取代你,也许那一天真的就会到来。AI时代,要有危机感,才能“逼”自己努力学习新技术、新知识,做真正的“智者”。

我们在了解AI之前,必须先要了解自己。然后,才能让我们心平气和地准备学习新技术、新知识;AI时代,不是你要不要学习,而是必须学习,这不是一道选择题,而是一生都离不开的必答题。AI技术具有迭代迅速特点,熟练地运用AI智能这个帮手,你学习的功效、生产的功效、工作的功效、科研的功效,才能成倍增长,才能做智能时代的“智者”。

AI时代,普通人要掌握AI的基本使用技能。AI时代,学生要让AI帮助你提高情商和想象力。AI时代,工作人员要掌握AI人工协作技能,提高工作效率。AI时代,科研人员要掌握AI创新技能,帮助你更快开发最新、具有领先竞争力的新产品。做AI时代的“智者”,你才能让“人生出彩”,你才能有作为;AI时代,是一个不敢“偷得半日闲”的时代,只争朝夕的学习,才可能不落伍,才可

以赢得主动,才可能让AI成为助你成长、成才的好帮手。

前不久,义乌的傅江燕老板娘,用DeepSeek做了一个多语言视频,短短10分钟完成了跨国销售,订单量一下子多了不少。傅江燕老板娘学会了和AI一起干活,牵着AI乖乖为自己服务,这才是AI时代真正的“智者”,任何人都没有必要害怕AI;你害怕AI,AI就会拿捏你;你会用AI,AI就会听你话,为你效力。“智者”在于把握AI,利用AI。

马斯克断言,AI时代“吃香的是会用机器的人”。这是一种清醒,一声提示:“会用机器的人”,就是做AI时代的“智者”。这个“智”,不仅是志向远大,还要拥有智慧。很多聪明、有知识、有学问人才,如果学会借用AI之“智”,才能更好实现自己的价值,成为竞争的赢家。

戏画闲言



“职业弹幕人”

王铎文/图

用批量弹幕构筑话语陷阱,雇佣“职业水军”伪造减肥奇迹,假借“过来人”身份吸引消费者上当受骗。近日,北京市市

监局对属地某生物科技有限公司开出10万元罚单,成为成功查处全国市场监管领域直播电商“职业弹幕人”首案。

议论风生

便民生活圈让城市更有温度

□彭宇

近日,商务部等9部门联合发布《关于加快推进一刻钟便民生活圈建设扩围升级的通知》,明确提出到2030年,要在100个试点城市建成1万个高品质便民生活圈,覆盖地级以上城市主城区及有条件的县城社区。该计划还特别提出打造500条“银发金街”和500个“童趣乐园”,推动便民服务从基础型向品质型跃升,力争居民满意度超90%。

这不是一份普通的民生文件,而是一张清晰、具体、有温度的城市生活蓝图。它瞄准的不仅是“买菜、吃饭、理发、修鞋”这些具

体需求,更指向城市社区功能的系统重构——让居民从家出发,步行一刻钟之内,不仅能满足基本生活需要,更能享受到优质、多元、适配的服务体验。

尤其值得称道的是,通知体现出鲜明的爱民情怀和精细治理思维。“银发金街”和“童趣乐园”的提出,说明政策制定者看到了老龄化社会和育儿家庭的现实压力。它不再停留在“有就行”的层面,而是努力实现“好才行”的跨越。这意味着,未来的便民生活圈不仅要解决“买菜难”,更要缓解“带娃累”“养老忧”,真正把服务做进人的心里。我们常常抱怨一些城市“千城一面”,缺

乏特色与亲和力。而“一刻钟便民生活圈”的扩围升级,正是打破这种局面的务实之举。它把建设的重心从地标高楼、宏大广场,重新拉回到人的日常尺度上来——街角有没有咖啡馆,小区门口有没有维修点,公园旁边有没有适合老人的休息座椅,社区里有没有让孩子安全奔跑的空间……这些细节,才是一座城市真正的品质和温度所在。

此外,通知提出商业网点连锁化率30%以上的目标,也释放出另一个积极信号:便民生活圈不是低端、散乱的代名词,而是规范化、品质化、智慧化的现代服务场景。这意味着未来我们身边的社区小店、服务网

点,可能既是接地气的“邻里中心”,也是标准化服务的“可靠节点”,既保留烟火气,也具备现代感。

城市的本质,是让人生活得更好。一刻钟便民生活圈的建设,看似是小切口,却是提升居民幸福感、归属感,甚至城市竞争力的关键举措。它告诉我们,一座理想的城市,不应只有光鲜的CBD和产业园,更要有温暖、便捷、包容的社区单元。

期待更多城市能以此为契机,真正俯下身来,倾听市民的声音,精细化、人性化地推进建设。让每一个生活圈,都成为承载百姓日常幸福的坚实载体。

石说寓言

花脑门设宴

花脑门是头骡子,因脑门上有一撮红毛而得名,但又不是普通的骡子,而是张果老的神驴与吕布的赤兔宝马交媾所生。张果老的神驴,不骑时是张纸,可以折叠收藏;要骑时,喷口唾液便能跑。这一日,张果老在下邳羊山寺外古槐树下小憩,没把毛驴折叠,任其游逛吃草。当时,吕布驻守下邳,他的赤兔马外出撒欢,邂逅了张果老的毛驴,两厢性起,就怀上了花脑门。

花脑门原本是个无业混混,一个偶然的机遇,总督大臣发现花脑门相貌非凡,经查验证实,是张果老神驴所生,赤兔宝马的血种,便予以破格重用,授予区长官帽。

花脑门虽然位高权重,不过下属对他并不服气,背后都骂他是蠢驴。如何才能把自己的权威树立起来呢?经过三天三夜的苦思冥想,花脑门终于琢磨出了一个奇妙的招数——设宴培训。

方方面面的头头脑脑汇聚一堂,整整一十八桌,每位面前摆着一碗萝卜粥。花脑门致辞说,大家积极救命,吃苦耐劳,本区长亲自下厨,烹制白菜粥,犒劳各位。

花脑门语音刚落,黑狗族长和毛猴族长就一齐喊起来:“是胡萝卜粥,不是白菜粥。”

花脑门心想,枪打出头鸟,就先拿你俩开刀。于是把脸拉得长长的,大声宣布:“我现在决定,撤销黑狗和毛猴的族长职务!大家刚才都听见了,我说是白菜粥,他俩偏说是萝卜粥。凡是和本区长不保持一致的,要统统清除,一个不留!”

黑狗和毛猴不服,继续喊叫:“就是萝卜粥,不能讲假话!”花脑门摆了摆骡子,声色俱厉地说:“我说是白菜粥,就是白菜粥!”

花脑门说罢,朝身旁的熊保安甩甩耳朵,命令道:“拉下去,关起来!”

然后,花脑门吆喝大家,快吃白菜粥。大家面面相觑,不再言语,象征性地喝两口,含在嘴里,直至不欢而散。

一周后,花脑门第二次设宴,每位面前放着一根水煮玉米棒子。花脑门说是水煮山芋。满场鸦雀无声。花脑门走到席间,问狸猫族长,知道你吃的是什么吗?狸猫族长答道:水煮山芋。花脑门又问山羊族长,也回答是水煮山芋。花脑门好开心,得意地喊道:“不错,与本区长保持一致就好!”

宴会刚一结束,狸猫就迫不及待地窜到门外,边跑边骂:“什么玩意儿,明明是玉米棒子,却偏说是山芋!”

守在门口的狗保安掐住狸猫往回拖。花脑门听了狗保安的报告,连忙大声招呼:“全都给我回来!”

待大家重新坐好后,花脑门吼道:“狸猫阳奉阴违,罪加一等,不仅要罢官,还要掌嘴坐牢!”

两个狗保安扯开狸猫的两条前腿,雨点般地掌嘴,血流不止……

半个月后,花脑门第三次设宴,还是一个菜,水煮番茄。花脑门说,大家昏勺黄瓜汤尝尝味道如何。满堂一个腔调,齐声喊叫,黄瓜汤好吃。

席间突然下雨,花脑门朝外面望望,雨点叭叭响。他走下主席台,穿过门厅,来到雨地里,张开臂膀,纵情高呼:“太阳真好!”

大家蜂拥而出,头顶雨点,一齐喊叫:“太阳真好!”

花脑门望着大家发狂的样子,得意地笑起来,自言自语道:“终于调教好了……”

(石飞)

各抒己见

让医学文创成为健康知识的“播种机”

□刘剑飞

Q版大脑、胆囊挂件、带笑脸的阑尾……在位于北京王府井大街的协和时光文创店,这些带有医学元素的毛绒挂件成了消费者眼中的“香饽饽”。

这些融合医学知识与创意设计的产品,不仅让复杂的器官形态变得可爱可亲,更以润物无声的方式传递健康理念,承载起健康科普、情感疗愈与文化建设的多重使命。然而,在“萌化”的医学符号与公众的热情追捧背后,如何平衡科学与通俗、娱乐与严肃,成为医院文创长远发展必须回答的问题。

医学文创的走红,首先源于其对医疗场景情感缺口的巧妙填补。传统医疗环境常给人以紧张、疏离甚至恐惧的感知,而毛绒器官挂件、卡通IP胸针等产品,通过“反差萌”的设计,将抽象的医学知识转化为可触摸、可陪伴的具象符号。这种“润物细无声”的提醒,比生硬的健康科普更容易让人接受。文创产品正在成为连接医患情感、缓解就医焦虑的柔性纽带。

更重要的是,这类产品背后折射出医疗机构从“治病中心”向“健康促进中心”的转型趋势。医院不再仅仅是疾病治疗的场

所,更成为健康生活方式倡导者、公共卫生知识传播者。这种“文创+科普”的模式,打破了传统健康宣传的单向灌输,以更亲切、更可持续的方式融入公众日常生活。

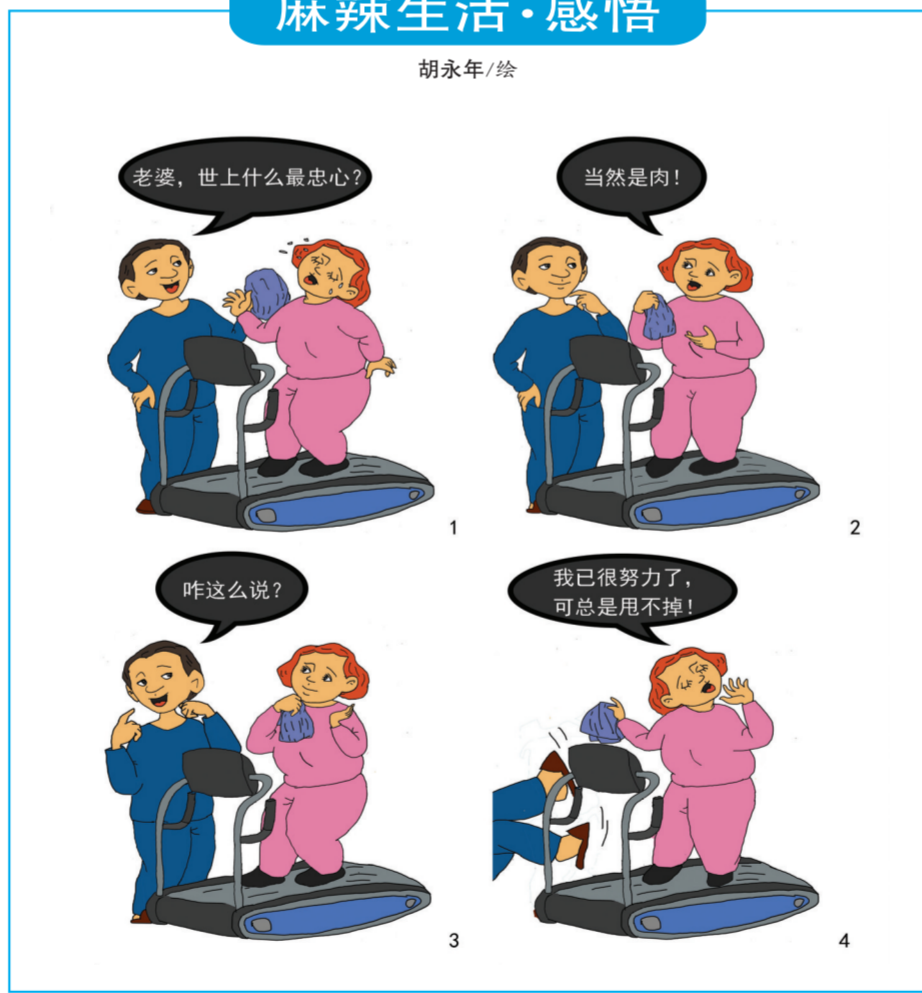
然而,热潮之下仍需冷思考。医学文创的核心竞争力,终究在于其能否真正传递科学准确的健康知识,而非仅停留于“萌化外观”的表层创新。因此,医院文创需警惕过度娱乐化与盲目跟风,不能忽视医疗场景的特殊性与公众对健康议题的敬畏心理。若将严肃的器官疾病简化为“可爱玩具”,或将手术工具变为娱乐道具,可能弱化医学的严谨性,甚至引发对医疗尊严的误解。

医院文创的兴起是公共科普传播模式迭代的缩影。在健康知识获取渠道日益丰富的今天,公众不再满足于被动接收信息,而是渴望参与式、互动式、情感化的学习体验。文创产品恰恰以其趣味性和实用性,降低了健康议题的门槛,但若想真正实现深度科普,仍需以文创为引子,结合短视频、直播、社区活动等形式,将抽象理论转化为具体的生活指导。

文创不是医疗的装饰品,而是连接科学与人文的桥梁。唯有坚守医学底线,让创意服务于专业,才能让文创超越短暂的热闹,真正成为健康理念的播种机。

麻辣生活·感悟

胡永年/绘



敢谏 善谏 纳谏

进谏都是颇有危险之举,毕竟并非所有君主都勇于纳谏、乐于纳谏。因此,进谏者如何达到进谏的目的,让谏言被上级采纳,这就考量进谏者的胆识和智慧了。

敢谏,这是历代忠臣的一个主要特点。当领导者有错误时敢于出来纠正。《东周列国志》第一回有这样一件事:周宣王下令杀上大夫杜伯,杜伯本无可杀之罪,百官怕连累自己,都不言语,只有下大夫左儒挺身而出,上前谏止,尖锐地指出了周宣王的错误,并说:“吾王若杀之,天下必以王为不明。臣若不能谏止,天下必以臣为不忠。”后世评价左儒直谏批鳞,名高千古。宋太宗时的宰相吕蒙正也是敢谏之臣。有一年上元灯节,宋太宗偕群臣观灯,看到民间灯火繁盛,一派歌舞升平的景象,颇为洋洋得意。这时,跟着一同观灯的吕蒙正马上离开席位说:“臣曾见出城外数里路,即有饥寒而死者,眼前

景色,未必尽然。愿陛下看到近的想到远的,便是苍生之幸。”太宗听了闻之色变。敢于当面驳皇帝的面子,直而谏言,只有心底无私才能做到。

善谏,这是历代忠臣的一个主要特点。永徽中,尝从猎,途中遇雨。高宗问:“雨衣若为得不漏?”对曰:“能以瓦为之,不漏也。”(《唐语林》)谷那律“以瓦为之”的对答,颇显机智与胆识。雨衣不漏,需以瓦覆,但覆瓦如何行走?更谈何骑马打猎?此话的潜台词是:若要雨衣不漏,就别出来打猎。皇帝打猎属于娱乐活动,极易劳民伤财,万一沉迷如此,难免玩物丧志。封建王朝,君权神授,皇帝大权独揽,大臣如果直接打个报告,说皇帝打猎糟蹋百姓钱财,势必惹怒皇上,搞不好脑袋搬家不说,还会株连九族。说话劝人,有时候需要咄咄逼人的犯颜直谏,有时候曲折委婉、曲径通幽往往效果更

佳。进谏要因人而异、审时而为,在不违背事实的前提下,讲究适当的说话艺术,更容易被接受。

敢谏、善谏都是手段,纳谏才是目的。魏征敢于屡屡犯颜直谏,因遇到唐太宗那样的开明君主,反之,唐太宗若不广开言路,善听直谏之言,也成就不了大唐盛世。纳谏需要执政者具备良好的心态,即所谓“虚心公听”,只有执政者做到虚怀若谷,心胸开阔,才能积极听取别人的意见,尤其是接受别人的批评,闻过则喜,有过则改,使忠直敢言之人有用武之地;另外,执政者纳谏时,常会面临众说纷纭的情况,如何才能择善而从,或许更为关键,所谓“言无逆逊,唯是之从”,意指纳谏时应该具备正确的是非观念,一切意见,是否中听,都应以是非对错为最根本的判断标准,以谏言良策为依据,公正不阿,避免徇私,这无疑至关重要。



□陈思炳

在中国古代政治文化中,纳谏与进谏逐渐成为重要传统之一,历代有为之君和有识之士对此均十分重视,纵观历史,贤臣进谏、明君纳谏之例不绝于书。然而,自古以来,来