



## 媒体聚焦

南方都市报：  
“奶牛”广告嘲讽打工人？  
受众心理不能忽视

“跳槽吧！奶牛，听说你们场晒不到太阳？”近日，乳业品牌“认养一头牛”的新广告被网友质疑“嘲讽打工人”。据报道，该公司被称为“网红奶牛”品牌，曾推出的“奶牛认养”模式因概念模糊而陷入争议。

该广告营造的场景是找工作，而不少打工工人自喻为“牛马”，当由该广告联想到打工人，不免给人嘲讽的意味。虽然品牌方解释称，这则广告的创意是通过招聘奶牛，表达其对奶牛的重视，像招聘人才一样，但这种解释恐怕无法令人信服。广告的创意方式有无数种，但该品牌方的创作意趣偏偏要将奶牛与职场结合，不能不让人怀疑其真实意图，不排除是利用社会对“牛马”话题的关注来提升广告的热度。要指出的是，虽然吸引眼球、引流是广告之目的，但无论是广告主、广告经营者，还是广告设计者、发布者，都应该遵守基本的道德底线和法律红线，不能为了引流而无视受众的感受。

羊城晚报：  
“诗意车站”为城市“动脉”  
赋予文化内涵

据《中国旅游报》报道，近日，外交部发言人在海外社交媒体上发布了一段主题为“中国最美地铁站”的视频，向全球力推中国地铁站，邀请外国游客来中国走走看看，引发海内外网友关注和热议。

地铁是城市运行的“动脉”。近年来，国内拥有地铁的城市越来越多，地铁里程也越来越长，地铁在城市交通运输方面起到的作用越来越大。实际上，地铁不仅拥有“城市重要交通工具”这一实用价值，还能弘扬地域文化、彰显城市特色。同时，打造高颜值地铁站，不能盲目跟风、生搬硬套，要与地域文化、城市特色紧密结合，避免高颜值地铁站变得不伦不类、不中不洋，丢了文化之根。在城市形象提升与文化传播的美好愿景下，多打造一些有文化、充满诗意的地铁站，为城市“动脉”赋予更多文化内涵，从而在服务市民出行的同时，也能为城市增添一抹温暖而独特的人文色彩。

北京晚报：  
交友软件的“黄”线  
越过了红线

线上交友软件受到不少年轻人青睐。据央视财经报道，有些所谓的聊天交友软件，不仅暗藏消费陷阱，还充斥低俗色情内容，甚至牵线下卖淫嫖娼交易的暗线。

交友软件染“黄”乱象由来已久，警方和网信部门也始终大力“扫黄”。但诸多交友软件依旧明目张胆传播黄色内容，说明监管仍存在真空地带。据报道，有的平台上，男性被定义为消费者，女性则是提供服务的工作者；有软件开发公司的项目经理深谙黄色产业链赚钱“潜规则”，直言想赚大钱就要将用户引到线下进行色情交易。黄色交友软件危害甚大，不能放任。对于明显不合法、不合规的交友软件，监管部门应该把好关，不允许其在应用市场上架；对于已经“爆雷”的涉黄交友软件，或下架，或整改，不能让其再念黄色生意经；对于撮合卖淫交易的黄色产业链，更要彻底斩断。

“钢铁保姆”是谣传  
但反映了社会的迫切需求

瞭望塔

□据《光明日报》

最近，社交平台出现不少“上海老人疯抢2.3万元保姆机器人”的文章和短视频。有自媒体称：“保姆机器人可以洗衣做饭、拖地洗碗、辅导作业、照顾老人等，引发上海全城抢购，预约订单已排至半年后。”还有自媒体绘声绘色描述了所谓的“抢购现场”，并称保姆机器人是“钢铁孝子”。后经媒体辟谣，目前人形机器人的功能较为单一，无法替代人工完成复杂的照护任务，而且尚未进入个人消费市场。所谓的“抢购现场”更是子虚乌有。

上述所谓“钢铁保姆”，其实就是拥有具身智能的机器人，但在现阶段这只是一理想 and 美好的愿望，还难以走进现实。

具身智能是人工智能的高级阶段，是一种基于物理身体进行感知和行动的智能系统，能通过智能体与环境的交互获取信息、理解问题、做出决策并实现行动，从而产生智能行为和适应性。在AI迅猛发展的今天，研发拥有具身智能的人形机器人做保姆是一种最现实但又最难实现的愿望，因为这要求“钢铁保姆”能与人、环境互动，还需要自主决策和行动。

世界不可避免地进入老龄化，对老人尤其是失能者的照料，也成为一种必然的现实工作和责任。因此，联合国指出，进入老龄化的国家需要通过完善医疗和长期照护体系，确保社会保障的可持续性，并投资新技术，为迎接重大人口结构变化做好准备。

但是，照顾老人和失能者是一个巨大挑战。由于长期照料、超期照料的种种烦琐事情和劳累，人自然而然会对机械重复性的工作产生厌烦情绪。但是，如果能把长期照料行为和任务交付给人形机器人来做，就有可能减轻照料者的重负，恢

复正常工作。

长期照护体系除了需要有更多的人投身于这一职业，并提高从业人员的待遇，也需要投资和研发新技术。其中最好的路径是，让拥有具身智能的人形机器人投入长期照护中，或许能解决目前和未来全社会的刚需。

然而，目前机器人保姆只能在辅助长期照护方面有一定作用，还不能独立照料老人和失能者。但是，通过技术创新，可以逐步让人形机器人慢慢具有更多照料功能。首先，可以设计某种单独的照料功能，从护理到情感陪伴；其次，从居家安全监测到烹饪做饭和喂饭；最后，再对机器人的功能进行整合，如与人的交互能力（听懂指令）、精细化动作（端茶送水），以及与人聊天交流等，形成与人相似的具有多种功能的机器人。

随着技术的突破，未来有可能让机器人成为保姆，把更多的人工照料者解放出来，享受正常的生活。这或许是人类对人工智能技术发展最现实的要求之一。

## 热点话题

“体重管理年”的推进，体现社会对全民健康的重视，但体重管理需要通过规则和监管来护航

## 谨防疯狂的减肥训练营趁热添乱

减肥训练营成了魔鬼训练营：拉伤发烧都得坚持，住宿环境恶劣饭少难吃。随着“体重管理年”的正式启动，各地掀起减肥热潮。一些机构推出封闭式减肥训练营，打着“度假式减肥”“封闭集训”“高效瘦身”等旗号，让不少有减肥需求的消费者心动不已。据《法治日报》记者调查发现，减肥训练营普遍存在虚假宣传、合同陷阱、安全隐患等乱象。

在“体重管理”被持续热议的当下，减肥训练营如雨后春笋一般冒了出来。一间改造的仓库、几名兼职教练、几台二手器械，就能包装成“专业封闭训练营”。投入不大，收费还不低，利益面前，一些人选择铤而走险。机构瞄准部分减肥者急于求成的心理，将签约减肥包装成“花钱必瘦”，甚至刻意制造“不瘦即失败”的恐慌感。在部分减肥训练营里，减肥已变成一门贩卖焦虑的生意，而体重管理则成了机构大把捞钱的幌子。

从细节上看，减肥训练营的惯用套路，是将成本压缩到极致，并把各种经营风险转嫁给学员。为了吸引客源，他们用PS对比照、虚假课程表、话术剧本等方式打造“成功案例”。为了规避责任，合同里埋下“最终解释权归机构”“未达标不退费”等陷阱。

这些乱象不仅损害减肥者



减肥乱象 湖南日报 图

的财产权益，更直接威胁到他们的人身安全。学员在高强度训练中受伤、因饮食不当引发健康问题的事件屡见不鲜，而营地位置偏远、医疗资源匮乏又让风险成倍放大。此外，部分训练营宣扬“以瘦为美”的极端价值观，加剧社会身材焦虑，这与“体重管理”的初衷背道而驰。

治理减肥训练营乱象，首先要完善行业标准，明确训练营的场地、教练资质、急救配置等硬性要求，设立准入门槛。此外，应加强合同监管，禁止“最终解释权归机构”等霸王条款。在日常监管方面，要开展跨部门联合执法，对虚假宣传、安全隐患等突出问题重拳整治。还需通过

宣传引导，让公众理性看待减肥，认清快速减肥背后的风险，从需求端压缩类似减肥训练营的生存空间。

尤其对家长来说，控制孩子的体重，不一定要把孩子送去减肥训练营。家长和学校都要重视学生的健康饮食，培养孩子的健康饮食习惯，还要让孩子养成体育锻炼的良好习惯，提高孩子的身体素质，补上体育教育的短板。同时还要大力推广全民健身运动，加快公共体育场馆建设，推进公共体育场馆对外开放，为孩子营造良好的体育成长环境。

体重管理的形势大好、未来可期，但要谨防减肥训练营趁热添乱。据《北京青年报》

欢迎赐稿：评读热点新闻事件，发出你的观点和声音，请发稿至黄河评论信箱：zghpl@163.com