

新闻热线 62620110  
广告垂询 62815807  
发行热线 62813115

总编办 62636366  
采编中心 62623752  
新闻传真 62615582  
Email admin@scxb.com.cn

零售价 1元/份  
全年定价 240元

法律顾问 安徽美林律师事务所  
杨静 律师

承印单位 安徽新华印刷  
股份有限公司

安徽财经网  
www.ahcaijing.com

星报传媒  
全媒体矩阵



官方微信 scxb123



掌中安徽  
微信二维码



掌中安徽  
APP 客户端



星报官方微博



安徽24小时

### 非常道

马云：  
机器可以变聪明 但无法有智慧

日前，马来西亚总理一行人到访杭州阿里巴巴总部，马云为其介绍公司未来的技术。他提到，不担心人工智能会取代人类。他说：“机器只有芯片，人类有心；机器可以变得聪明，但是人有智慧……那些对自己没有信心的人才会担心机器。” @新京报

### 微声音

九种容易被淘汰的人

①8小时外不学习的人；②对新事物视而不见的人；③靠个人能力单打独斗的人；④玻璃心、心理脆弱易受伤的人；⑤技能单一，没特长的人；⑥计较眼前，目光短浅的人；⑦情商低下者；⑧观念落后，知识陈旧的人；⑨坐而论道，不善行动的人。 @电商报

### 热点冷评

别让“土味”  
养生法损害健康

□朱丹

公园里，经常见到撞树、暴走、热石疗的老人，他们认为这样很养生。医生却说，他们这不是养生，是在找病！（8月20日新华社）

随着生活水平的提升，健康已经成为人们的普遍追求。尤其是老年人，时间充裕，更是注重健康，有着强烈的健身需求，也是健身运动的主要群体，这一点从各地的广场舞中已经得到证明。但如何确保健身的科学性，哪些健身运动有益，哪些运动不利于健康，很多人却不清楚。很多时候，人们缺乏必要的健康素养和健康常识，无法对健身的可行性和科学性加以分辨，只能道听途说，比如，按照商业广告上的宣传去执行，根本没有顾及到自身的体质，或者根据一些微信朋友圈流传的方式去健身，殊不知，这些健身行为不仅不科学，甚至存在着巨大的健康危害，比如，用身体撞树、石疗等，这些行为不仅不文明，也不科学，需要采取办法去抵制和扭转。

一方面，应该加强健康教育，提升市民尤其是老年人的健康常识和健康素养，加强健康科普教育，增强他们健身的科学性和安全性。比如，可以在公园、广场等老年人聚集的地方开展健康和健身专题讲座，为老人健身提供个性化指导，张贴健身提示，通过这些来强化老人的科学健身意识，确保健身运动安全科学适度。另一方面对朋友圈伪科学的打击和治理。对于违背科学常识，造谣传谣，误导公众、损害健康的行为，积极采取措施，加以治理。

此外，老年人应该加强精神修养，保持积极乐观豁达的生活态度，保持科学合理的作息和饮食规律，这才是最有效的健身运动，也是健康的生活追求。

健身不是一件简单的事情，不仅需要一定的技能，还需要一些健康常识，比如，健身不能人云亦云，盲目模仿，应该注重个体差异，根据不同的体质和身体状况去制定科学的健身方法，比如，一些人患有高血压、心脏病，就不适宜从事剧烈的健身运动，可是一些人却忽略了这些，导致严重后果，因此，不能盲目迷信土办法，还是应该树立科学意识，根据医生建议，结合自身身体状况，选择适合的健身运动，这才是健康的健身运动。

## 用文明守护 “一米线”安全距离

□杨玉龙

在银行、医院、办证中心等公共服务场所，均设有“一米线”，目的是为了保护个人隐私，兼顾维护公用秩序、保持公众距离的作用，让前来办业务的市民在线外自觉排队。然而，记者近日走访海口汽车西站、汽车东站、医院、办证中心发现，没有遵守原则站在“一米线”外排队的现象普遍存在。（8月19日《海南特区报》）

“一米线”有无必要设置？事实上大有必要。“一米线”可以从三个方面理解，一则是安全线，一般除了家人、恋人和挚友亲朋之外，人与人之间的心理安全距离恰好是一米；二则是秩序线，是在提醒每个人维护公共秩序，保持公共距离；三则是文明线，不难理解，每个人的文明之举，是保持“一米线”距离的核心力量。

据了解，“一米线”原则不单在我们国家有，而且一米线已成为一条国际规则存在。在美国、澳大利亚等西方国家，他们很讲究个人隐私，也是一米线礼仪贯彻的最好的国家，无论地上有没有画着一米线，后一个人永远离前一个人一米开外。这些习惯，值得我去学习。而且，作为一项文明规范，“一米线”安全距离需要每个人去践行。

当然，对于有“一米线”的地方，有效管理也是重要的一方面。比如，通过宣传警示，或者增派巡查人员，让人们认识“一米线”并自觉遵守一米距离。同样，对于旁人而言，对于一些人擅自跨越一



失守 王恒/漫画

米线的，可以进行善意的提醒，甚至也需要多些怒怼，毕竟，人人向不文明宣战，整个社会的文明底气才会更足。

总而言之，“一米线”作为大型排队秩序控制以及定向人流疏导所必须的设施，不仅是公共服务的标尺，更是文明素养考场。即便伴随着科技的发展，比如，一些办事公共场所已经实行叫号制，“一米线”可能就会不再设置，但是作为一种礼仪，更需要每个人多一些“一米线”的意识，为了良好秩序与他人隐私安全，多一些“一米线”文明自觉。

### 时事乱炖

专属广告是对消费者权益的无视

□史洪举

近来，不少网友反映，在腾讯视频、爱奇艺、优酷等视频网站上，即使充值购买了VIP会员，还得看15秒左右的广告，只是名称显示为“专属推荐”。不少受访者表示，本来100多秒的片前广告就难以忍受，现在还要看VIP专属广告，视频网站实在是“吃相难看”。（8月18日中国新闻网）

值得注意的是，很多视频网站向用户推荐会员服务时往往打着无广告、追新剧、看独播的噱头，以此吸引人们购买VIP会员服务。从这方面来讲，“VIP会员免广告”应该是视频网站对消费者的服务承诺。那么，其依然变着花样向VIP用户推送“专属推荐”广告就涉嫌欺诈消费者。根据消费者权益保护法，商家提供商品或服务有欺诈行为的，将承担退一赔三的赔偿责任，并承担行政处罚责任。

据报道，一些视频网站考虑“很周到”，在相关协议中用小字描述“对VIP会员仍可能提供不同的广告服务”。为表示对用户“尊重”，还特意留置了手动关闭键。但细究起来，这一规避法律责任的措施并非无懈可击。要知道，未明确告知消费者且用于减轻自

身责任的格式条款往往属于无效。且在任何具有正常逻辑思维和理解能力的人看来，无广告与可手动关闭广告有着不同的内涵，对消费者的影响自然不同。

可以说，很多网民之所以愿意花钱购买VIP会员，无非是想获得更优质的服务。如今，购买了VIP会员后，却依然不能完全屏蔽广告，显然有掉入圈套，被愚弄的感觉。固然，一些视频网站向VIP会员推送广告是基于盈利压力，而VIP会员无疑属于优质广告用户，向其推送“专属广告”获取不菲收益，转移营收压力。

但这并非视频网站漠视消费者权益的合理理由。市场经济和法治社会最讲究规则和诚信。如果商家在利益面前丢掉了基本的规则和诚信意识，以专属推荐之名变着花样从消费者那里榨取价值，一旦被识破，必然会遭遇信任危机，失去客户和市场份额。其要想向这一优质广告对象推送广告，也该尽到明确告知义务，并可适当降低VIP会员收费标准。这样方能让用户感受到尊重，而非总有一种被宰割、愚弄的感觉。