

火起来的人工智能，“柴”够吗？

自从去年阿尔法狗称霸棋坛，人工智能的话题就没冷过。4月初举办的IT领袖峰会，更是以“迈进智能新时代”做主题。不过在我看来，中国IT界虽然脸红扑扑地冲向人工智能，但心里恐怕有点虚，因为基础研究水准相较美国还是差了点。

峰会上，BAT（百度、阿里和腾讯）的三位大老板都极重视人工智能。李彦宏更指为又一次工业革命。但神州数码老板郭为一句话更实在，他说在算法上，大家公认中国目前还算落后，还是学习阶段；BAT之类的企业优势，只是垄断了数据。

现在最优秀的人工智能研究人才，几乎都来自美国。也不奇怪。人工智能

事业发源在美国。即使被公众冷落几十年，美国学者也没有放弃对人工智能的兴趣，论文年年大把地出。阿尔法狗用的神经网络思想和算法，也不是灵机一动的革命，是几十年来慢慢改进出来的。

美国极客们是兴趣驱动搞研究，所以劲头大、创意多。比如他们特热衷于教电脑操作游戏，希望能培养出战胜人类的《星际争霸》AI、还教电脑玩新出的《塞尔达传说》，这些经验说不好能派什么用场。但既然阿尔法狗可以用于医疗诊断，电脑游戏AI用在自动驾驶或者送外卖上也不奇怪。

玩得潇洒的项目，咱们中国还是少，所以我们老是跟在美国后面亦步亦

趋。当然，中国也有优势：商业人才多，胆子大，效率高。就好像中美的医疗科技对比：创新经常是来自美国，但中国医生能够积极引进，实力很强，倒也可以分庭抗礼。

现在中国IT企业取长补短，纷纷跑到硅谷去挖人才，这是对的。但硅谷的一流AI人才有多少愿意搬到中国来，尚未可知；所以另一只手要赶紧发掘本土人才，支持基础研究项目。人才，人才，现在不缺投资，缺的还是人才。如果十年后中国公司还是倚仗美国创意，仅靠大数据和大市场来分一杯羹，那就不免令人失望了。

《科技日报》2017.4.5 文/高博

后真相（post-truth）成为2016年牛津词典年度词，官方定义“后真相”的意思是指相比于客观事实，情绪和个人信仰更能够影响舆论。随着人们获取信息的渠道越来越多元，当今社交媒体已经成为主要的新闻来源，人们对事实的信任度也越来越低，这也给我们的科学传播带来了一系列挑战。

“后真相”时代 科学怎样传播

传统上，我们认为公众科学素养不足的原因在于存在着科学知识的缺失，而弥补这种缺失的做法就是为公众提供一系列科学知识。而实际上在科学素养水平与公民对科学研究的态度之间不存在明确的相关性，比如某些调查显示虽然公民科学素养水平不高，但是公众对科学的研究的支持态度很硬朗。

在传播科学的时候，媒体不仅仅仅提供科学事实，更应该考虑他们的情感、态度、价值观等因素。随着获取信息渠道越加多元化，公众越来越倾向于利用碎片化的视角来消费科学相关的信息，同时各种社交媒体的发达也悄无声息地改变着后真相时代的科学传播，他们可能会从“圈内”渠道获取信息而不加甄别，甚至会成为传播虚假科学的一个链条。

媒体曾是公众获取科技信息的重要渠道，而今媒体在科学传播方面已经力有不逮。所以媒体，特别是科学媒体也应该主动出击，在传播科学知识的同时注重融入公众的个人情感。

科学传播需要科学家和记者的良好互动，缺一不可。这也就要求科学家应该积极地参与科学传播，当然这并不是要求所有的科学家都应该做科普，但是我们应该创造更加宽松的环境，让愿意做科普的科学家有做的环境、土壤和社会氛围，同时媒体也应该提高自己的科学报道水平。

在应对后真相时代的科学传播中，我们不仅需要强调科学的重要性，还需要把科学融入到公众的生活中，做生活中的科学，做看得到、摸得着的科学传播；同时还要改善科学新闻报道，让科学新闻更科学，让科学家更愿意做科学传播。

光明网 2017.4.7 文/王大鹏

何以能在九个月内把房价炒高两三倍？

近日，中国证券报记者再现了三个城市的炒房故事。在一个“炒房团队”进驻福建漳州的9个月里，那里的房价高歌猛进，带去的2000万现金，只花出去了1000多万，现在卡里一共躺了接近5000万现金。

短短9个月的时间里，楼市竟然有“2-3倍”的捞金术，难怪连记者也不由得感叹“无法相信这世上竟有如此简单而暴利的商业模式”。

但纵观世界经济史，没有哪一个国家的经济持续增长是建立在房地产市场之上的。恰恰相反，房地产的“钢筋水泥”往往“凝固”一个国家和地区的“经济活力”。很简单，楼市捞金术必然

为逃130元的门票，宁波一男子翻墙进动物园猛兽区被老虎撕咬身亡。而在西安秦岭野生动物园附近围墙外，也有人搭梯收费，帮助游客进入园区。游客王先生花60元翻墙入园，不料下去就听到狮子吼叫的声音。

利益合谋源于对规则的漠视

在部分景区附近，总有一些“靠山吃山靠水吃水”的村民，他们利用各种途径帮助游客逃票，“带路党”收取一定的好处费，游客也少花了一些钱。忽略、漠视规则的村民与游客，进行了一次利益合谋，利用规则上的漏洞来“钻空子”，这种缺乏规则意识与公共精神的“捷径心态”已经成为一种见怪不怪的常态。

不同于一般景区，野生动物园存在着更多的风险因子。野生动物园的运营需要成本，收取一定的门票具有正当性与合理性。“搭梯收费”说到底是一种损公肥私，它利用了野生动物园的各种资源，却并不支付相应的代价。

对于游客来说，买票入园参观天经地义，为何要逃票？也许有人说，门票太贵了，所以才“钻空子”。这种滑稽而荒诞的逻辑，显然经不起推敲。对规则缺乏价值认同，不愿意为遵守规则支付足够的成本，总是想办法去“变通”，这才是“搭梯收费”的思想根源。

讲究“变通”、漠视规则，已经导致了一些触目惊心的意外事故发生。野生动物有天生野性，不守规矩的代价可能是极其惨痛的；与其等到危险降临才“悔之晚矣”，还不如早一点将规则意识深深地烙进游客和村民的心里。

那些精致或者粗鄙的利己主义者，即使短期内获利，也隐伏着危机。敬畏规则，按规矩办事，才是最可靠的路径。

人民网 2017.4.5 文/杨朝清



会摧毁“创业精神”和“创新动力”。

楼市捞金术“简单而暴利”的“商业模式”，必然不是社会合意的结果。高层明确发出呼声：“房子是用来住的，而不是用来炒的”。前不久，周小川等人更是

发出明确警示信号，房地产调控就是“防止房地产泡沫”，这与之前“抑制房价过快上涨”有着本质不同。

没有哪个国家的经济，敢于任由“泡沫破灭”之风险蔓延。执迷于“楼市捞金术”的投机者，有可能一脚踏入“两年不得交易”甚至更为严厉的政策风险。曾经发生在我国广西北海、海南等局部地区的“房地产泡沫”破裂，至今还留有深深的伤痕。

清初诗人孔尚任的《桃花扇》中，有这样的句子：“眼见他起高楼，眼见他宴宾客，眼见他楼塌了。”窃以为，即便在今天，这仍不失为楼市捞金术者的醒世恒言。

《新京报》2017.4.6 文/盘和林

当器官捐赠遇上“互联网+”

这几天，一则名为“我愿意”的视频在微博、微信里刷屏，短短几分钟的近乎独白式的讲述戳中了无数人的泪点。这是一个讲述器官捐献的视频，也是一个关于生命延续的话题。严肃、深刻，直指心底。

当我们离开这个世界时，是选择带走一切还是留下些什么？每个人都有不同的理解。

据统计，我国每年因终末期器官衰竭等待器官移植的患者约有30万人，而每年器官移植数量仅约1万例。2015年起，公民自愿捐献成为我国器官移植的唯一合法渠道。这也就意味着，要想弥合这一巨大缺口，需要更多的公众加入自愿捐献队伍之中。

会有这么多人愿意吗？

来自中国人体器官捐献管理中心的数据表明，截至2016年底，通过书面或网络途径登记捐献遗体和器官的志愿者人数累计为169860人，仅2016年一年，就有10万余人登记捐献遗体和器官，比2010年增

长约100倍。

当生命不可挽救时，“自愿、无偿”捐献能用的器官，让生命以另外一种方式延续，正在成为越来越多人的主动选择。

同时，“互联网+公益”的融合，也让捐献流程不再繁杂。中国器官移植发展基金会和蚂蚁金服的合作爆发出巨大的社会动员力量：在支付宝里，进入“器官捐献志愿者登记”页面，提交姓名和身份证号，便成为了在中国器官移植发展基金会登记备案的器官捐献志愿者，前后用时10秒钟。据统计，新登记系统上线后的两天半时间里，新增登记就超过8.6万人，超过该系统既往运行两年半的登记总数。

毫无疑问，当器官捐献遇上“互联网+”，释放出了前所未有的能量。捐赠意愿持续上升的背后，是一个个生命的延续与绽放。一句“我愿意”，传递着信念，也传递出勇气和未来。

新华网 2017.4.4 文/王莹

“阉割”全网通是提速降费应有的姿态？

近日，中国电信与中国联通在北京举办了“落实提速降费，推广六模全网通终端行动发布会”，联合发布了推广六模全网通终端的五大行动举措。

六模全网通，简而言之，即一部手机可以任意使用国内三大运营商的4G / 3G / 2G 网络，可以实现三大运营商在同一部手机上的“合体”，而不会出现网络不兼容的“尴尬”。

2015年，中国电信和联通就联合发布《六模全网通终端白皮书》，对包括电信CDMA制式在内的6种模式、频段统一进行规划；2016年4月，工信部更是将六模全网通作为国家标准正式颁布实施……

在此基础上，致力于六模全网通终端的进一步推广普及，消费者购买手机的支出将大幅减少，在手机套餐上也将收获更多提速降费的“红包福

利”。另一方面，消费者的网络选择将不再受限，也会倒逼运营商提升网络质量和服务能力留住用户。

然而，推广全网通，促进通信行业健康持续发展，本该是三大运营商三位一体发挥合力，如今却只有中国电信和中国网通你来我往，不但不见中国移动明确表态，反而频频传出其补贴1000亿鼓励阉割机的传闻。虽然官方曾出面“辟谣”，但近来新推出的华为P10再度陷入移动阉割机“迷局”：该款手机除了全网通版本，还会另推出“移动全网通定制版”，用户买了这款手机，主卡是中国移动的，若副卡还想上联通和电信的4G网络，只能是此路不通。中国移动对于全网通手机的“暧昧”态度实在耐人寻味。

细细梳理，不难发现其中端倪。过

去的2016年，中国移动营运收入达7084亿元，净利润1087亿元，在盈利能力、4G用户保有量等方面均强势“碾压”电信和联通；反观技术层面，中国移动的网络理论速度与电信联通相比却存在一定差距。

因此，若全力推广全网通，用户为追求更优体验倒向电信和联通，抑或在流量使用上优选电信和联通将是大概率事件。于是，选择性的推出“定制版”阉割全网通便成了移动圈存用户的“保留项目”。

保持市场竞争力，终归要靠用户体验说话。依仗现有的用户数量优势，人为地设置壁垒，玩阉割版全网通的“文字游戏”，自然不是提速降费、提升服务质量的应有姿态。

中国青年网 2017.4.6 文/洛诚