

3月18日晚7时,浙江省委党校知行厅,一堂名为《从DeepSeek看人工智能发展趋势》的共富善治大讲堂人工智能课火热开讲。

“科技发展将计算推到了创新能力建设的核心位置”“在科技创新的浪潮中,人工智能正扮演着举足轻重的角色,它不仅改变了我们的研究模式,更在重塑整个科技生态,推动新质生产力的发展”“AI不是一次工具的革命,而是一次科学革命的工具”……台上讲课的是中国工程院院士、之江实验室主任、阿里云创始人王坚。他回顾了2025年春节前后人工智能领域的震荡,并结合自身研究娓娓道来。90分钟的讲授,有全球人工智能宏观分析,有国家战略解读,有鲜活案例,也有深度思考。

这是浙江省人工智能通识及应用网络专题培训的开班第一课,通过视联网、共富善治大讲堂面向全省干部进行线上教学。听课的有各市、县(市、区)党政班子成员,有省市县三级党校春季学期主体班次学员,还有乡镇村干部。据统计,在线听课人数29.6万,点赞量43.2万。

偌大的主课堂气氛热烈,即便在课程结束后,学员们依然聚在一起踊跃讨论。

省科技厅成果处处长金聪感慨

正视AI 探索AI 用好AI 全省近30万干部夜学人工智能

道,人工智能引发的技术革命是一场深刻的变革,正在改变我们的生活、工作和社会;“我们要尽早全面拥抱人工智能时代。”

省建设投资集团股份有限公司党委委员叶秀昭称赞这堂课如同及时雨,拓展了视野。“人工智能是一场科学革命,将重塑各行各业,催生新的业务模式和产业形式。国企肩负着推动产业升级和培育新质生产力的重任,我们将积极拥抱人工智能和绿色化发展。”叶秀昭说。

在基层工作的嘉兴市南湖区大桥镇党委书记裴玉聪,感到人工智能将对基层治理的供给、需求两端产生深刻变革:“这种变革将进一步推动和深化基层治理‘增能’‘减负’。”

……
当今时代,科技日新月异,人工智能技术浪潮席卷而来,大模型应用遍地开花。放眼浙江,科技新锐企业火爆出圈,一系列现象级科技创新成果引发广泛关注。

此次的人工智能通识及应用网络专题培训,由省委主要领导提出明确要求并审定方案,依托浙江领导干部网络学院、共富善治大讲堂面向全省各级干部开展专题培训,培训时间从3月到6月,从通用知识、产业应用、相关政策、企业案例等几方面深度解读人工智能相关知识。

后续,浙江领导干部网络学院还将以网络微课的形式,开设“大模型使用指南”专题班,讲授大模型工具在政务工作中的使用方法,提升各级干部在公文写作、数据分析、决策辅助等工作中的质效。同时将同步编写《领导干部人工智能简明读本》,为全省干部教育培训提供权威、实用的培训教材。

这一系列的课程安排,背后有何深意?

习近平总书记指出,加快发展新一代人工智能是事关我国能否抓住新一轮科技革命和产业变革机遇的战略问题。全省新春第一会同样

强调,加快建设创新浙江、因地制宜发展新质生产力,着力构建浙江特色现代化产业体系。

把握时代风口,抢抓人工智能发展机遇,大力实施“人工智能+”行动,前瞻布局算力、数据、大模型等基础设施建设,是浙江推进高质量发展的重大战略考量,这也对广大干部的人工智能素养提出了更高要求。

积极主动与时代同频共振,切实提升干部现代化建设能力——正是此次开展人工智能专题培训的题中之义。

“面对新技术、新业态、新知识,许多干部不同程度地存在‘本领恐慌’,干部对学习、理解、运用人工智能有着迫切的需要。”省委组织部相关负责人表示,开展这次培训,正是为了帮助干部在实际工作中拓展思维视野、优化知识结构,形成与人工智能发展相匹配的素质能力。

如何学好用好AI,无疑是当前广大党员干部必须做好的“必答

题”,也是我省锻造“硬核”干部队伍的必修课。

为高质量办好此次人工智能专题培训班,省委组织部精心谋划,在培训方案设计、课程内容安排、师资邀请上下了大力气。

从培训内容看,既有专题授课,又有案例分享,兼顾宏观政策解读和实践层面指导。课程聚焦人工智能基础理论、产业应用、相关政策等几方面,帮助全省干部从总体上了解人工智能的通用知识和发展趋势,并通过具体的案例剖析,掌握人工智能技术落地转化路径,找准破解发展难题的对策和产业应用的切入点。

从师资力量看,不仅有人工智能领域的顶尖院士学者、研究院院长,还有成长型科创企业的创新企业家,他们现身说法,分享行业最前沿的知识经验。

在教学形式上,培训班采用“主课堂+分课堂”的形式,广泛覆盖省市县各级干部。在省委党校和各市

委党校设主会场和分会场,线上线下相结合,依托浙江领导干部网络学院,同步线上直播授课,让优质培训资源直达基层、全省共享。

面对AI时代,我们的干部需要具备什么样的能力?

“以积极主动的姿态拥抱新的技术、融入新的时代。涵养科技思维和大局意识,全面把握AI发展的趋势特点。党员干部更要强化创新意识,打破壁垒,培养跨界思维,从而更好地应对AI时代复杂多变的挑战。”省委组织部相关工作人员介绍,接下来,全省将高频次、常态化开展人工智能学习培训,把人工智能相关知识纳入各级党委主体班次和网络学院课程内容,“让技术素养和党性修养、理论修养结合在一起,更高水平更高质量满足全省干部对优质人工智能相关培训课程的需求。”

正视AI、探索AI、用好AI,提升对人工智能理解的深度与广度,学习掌握AI工具,是未来干部队伍必须具备的能力和素养。加速拥抱新兴技术,面对人工智能,干部既要“快学”,也要“深学”。

穿透技术的迷雾,把握实践的方向。人工智能专题培训班的第一课,干货满满,每一位学员的期待,自课堂上起航。

(来源:《浙江日报》)

舟山渔民的大爱,在英国被见证 《里斯本丸沉没》纪录片在伦敦首映

据中国驻英国大使馆消息,当地时间3月17日,《里斯本丸沉没》纪录片在英国伦敦首映。中国驻英国大使郑泽光应邀出席。制片方浙江劳雷影业有限公司总裁方励、长期致力于收集整理“里斯本丸”事件资料的英国退役少校费恩祺以及“里斯本丸”英军家属代表及英各界人士约200人参加。

郑泽光在会见参加首映式英方人士时指出,1942年,舟山渔民营救“里斯本丸”英军的感人事迹,是中英在第二次世界大战中作为盟友并肩作战、共同抗击法西斯侵略的重要见证。今年是中国人民抗日斗争暨世界反法西斯战争胜利80周年,《里斯本丸沉没》纪录片此时在英国公映具有特殊重要意义。希望中英各界人士牢记历

史,守护友谊,为促进中英人民交流与合作作出新的贡献。

《里斯本丸沉没》讲述了1942年浙江舟山渔民英勇营救英军的感人故事,记录了数十个英军家庭的悲欢离合。

1942年10月,日军征用“里斯本丸”押运1800多名英军从香港前往日本,途经舟山附近海域时被美军潜艇鱼雷击中。舟山渔民奋勇营救,成功救出384名英军。

这部影片的制作历时7年,导演方励携摄制组遍访英、美、日、澳等国家以及中国香港、舟山等地区,找寻大量资料并进行翔实的历史研究,剧组联系到380多个英军家庭,抢救性采访到多位幸存的英军。一些历史的回响也逐渐被方励团队拾获。

影片中,士兵约翰·韦弗(John Weaver)是船上的一名英军。“里斯本丸沉没”事件发生前,约翰与厦门女孩梁素琴相知相爱。约翰遇难后,他的外甥女等家人一直在寻找“中国舅妈”梁素琴。

去年电影上映后,他们再次发出寻亲请求,希望借助中国观众的力量找到她。最终,梁素琴(真名梁秀金)找到了。她的独生女黄女士与英国的约翰外甥女等家人联系上了,完成了这场跨越82年的团圆。

3月18日,方励在社交平台发文称:“首映场的观众们大多都是当年在东北海域遭受日军虐杀的英军后人,以及因为中国舟山渔民进场施救而幸存的英军后人……遇难英军John Weaver的2位外甥女和梁秀金的独生女也在台上相遇,八十

三年前铸下的缘分,三位表姐妹相拥而泣,现场观众无不动容。”

次日,方励再次发文:“83年前的残酷战争摧毁了一对新婚恋人的未来,《里斯本丸沉没》打捞出这段凄美的爱情故事,全国的热心网民快速找到了梁秀金的独生女儿和外孙。趁着英国首映,我们又见证了两方后人的前缘续, Lindsay今天拥抱着黄婉琼大姐时,不断地感慨念叨‘奇迹,奇迹,不可思议的奇迹’。”《里斯本丸沉没》纪录片已于2024年9月在中国上映,荣获第37届金鸡奖最佳纪录片/科教片奖。据悉,该影片此次由中英中电合作研发中心在英国正式发行,将在英国19个城市放映25场。

(来源:《舟山日报》)

美国专利商标局“撤销事件”涉舟山企业 市监部门建议企业尽快自查

近日,市市场监管局发布公告,美国专利商标局(USPTO)拟撤销由3家中国知识产权代理公司代理的42000余件商标,其中部分商标涉及舟山企业。

据悉,美国专利商标局给出拟撤销理由为,该3家代理公司涉嫌故意隐瞒其在商标注册申请程序中的参与,在商标申请中提供伪造的律师签名和虚假的律师信息且商标申请在提交前未经由指定的签署人审查。如有反对意见可提出申诉,

申诉截止时间为美国东部时间2025年3月26日晚11时59分。

“据我们初步排摸,舟山有3家企业和2个人受到影响,主要是一些中国亚马逊电商。”市市场监管局知识产权处相关负责人建议全市相关企业尽快进行排查,以确认自身商标是否在案涉商标名单,以免受到影响。市场监管部门已专门指定专人专线服务企业应对此次“撤销事件”,相关企业可拨打0580—2299280咨询。

(来源:《舟山日报》)

市场监管总局印发意见 引导网络交易平台企业加强合规管理

市场监管总局日前印发《关于推动网络交易平台企业落实合规管理主体责任的指导意见》,引导网络交易平台企业加强合规管理,提升依法合规经营水平,促进平台经济健康发展。

指导意见共5部分16条,旨在推动网络交易平台企业建立健全符合经营实际的合规管理制度,促进平台企业合规管理常态化、长效化。

指导意见要求,健全合规管理组织,强化平台企业主要负责人合规管理责任,鼓励平台企业配备与经营规模相匹配的合规管理人员,提升合规管理能力。明确合规管理职责,细化合规总监、合规管理员的

主要职责。完善合规管理运行机制,指导平台企业结合实际制定《合规风险管控清单》,深入开展合规风险排查,及时解决发现的问题,为平台企业稳健运行提供坚实保障。加强组织实施,支持平台企业开展合规培训考核,探索建立合规激励约束机制,充分调动平台企业合规积极性,形成合规经营良好氛围。

市场监管总局将进一步营造稳定透明可预期的政策环境,持续推动平台企业在合规经营中提升竞争能力,在促创新、扩消费、稳就业等方面发挥更加积极的作用,共同构建平台经济良好生态。

(来源:《人民日报》)

打差评反惹官司,消费者有没有“差评权”

消费之后,在社交平台发布对商家“种草”或“避雷”的点评,是近年来兴起的消费新风潮。然而,部分商家认为负面评价损害了自身的名誉权,由此引发一系列官司。

消费者有没有权利在网上打差评?如果发生纠纷怎么维权?今年的“3·15”国际消费者权益日,重庆市第五中级人民法院披露了一起由差评引发的网络侵权责任案例,可以给消费者一些启发。

给商家打差评却坐上被告席

案件发生在重庆市綦江区。2023年8月,张某获得保险公司免费赠送的车辆保养服务,前往当地一家修理厂保养车辆。保养中,修理厂工人用力将机油标尺把手抽出,导致机油卡尺刻度条脱落落在发动机油底壳里。工人告知张某,拆除油底壳取出机油卡尺刻度条需要收取费用。在张某未明确表示认可费用标准情况下,工人清洗了油底壳,安装了新的油标尺,对车辆进行了保养。

1天后,张某到修理厂取车,被告知需付320元。由于对费用存在异议,双方发生争执并报警。公安机关出警后组织双方进行协商,张某支付300元后开车离开。次日,张某在社交平台上发布了3条视频,描述了争议发生的过程,并对修理厂的行为作出批评。该修理厂遂以名誉受到侵害为由向法院提起诉讼。

“我将自己的真实经历发布在网络平台的个人账户里,并未歪曲事实,而且发布不久后我就已将这3条视频删除,客观上并没有对原告造成任何损失。”被告席上的张某十分委屈。

原告修理厂负责人则认为,张某发布的视频严重损害了修理厂的名誉和生意,其在前期试图与张某协商,未果,不得已才起诉到法院。修理厂提出的诉讼请求包括要求张某停止名誉损害行为,公开道歉,赔偿经济损失2万元。

是合理批评还是恶意诽谤?

近年来,消费者与商家之间的差评纠纷屡见不鲜。记者梳理各地发布的典型案例,既有消费者的批评意见得到法院支持而赢得官司,也有人被法院认定为“恶意差评”而追究责任。

负责审理本案的重庆綦江区人民法院法官魏永康表示,评判的关键在于如何界定合理与恶意的边界。

消费者权益保护法明确,消费者享有对商品和服务以及保护消费者权益工作进行监督的权利。经营者应当听取消费者对其提供的商品或者服务的意见,接受消费者的监督。

“从张某的视频内容来看,基本属于客观描述及对该修理厂服务质量的个人感知,没有贬损和丑化的陈述,也没有出现明显恶意诽谤,侮

辱性等词语,不应认定存在主观恶意;其言论对修理厂产生的影响程度较低,不足以降低该修理厂社会评价的损害后果。”魏永康说。

法院最终判决,驳回该汽修厂全部诉讼请求。

无独有偶,中国消费者协会去年3月发布的2023年“全国消费维权十大典型司法案例”中,有一起消费者因差评纠纷起诉商家侵犯名誉权并胜诉的案例。

2022年9月,姚某某在网上预订了被告所经营的民宿。姚某某入住后结合自身体验对该民宿打出三星评价,后将评价改为一星,被告用“恶意差评”“缺乏心智”等言辞辱骂姚某某。因双方沟通未果,姚某某以被告侵犯其名誉权为由提起诉讼,被告又反诉要求姚某某赔偿26万元。

2023年12月,湖南省长沙市中级人民法院终审判决,被告向原告公开道歉,赔偿原告精神损害抚慰金1000元并驳回被告全部反诉请求。

打差评要基于事实把握分寸尺度

消费者的“差评权”有法律撑腰,不意味着可以利用“差评权”为所欲为。

近年来,多地政法机关开展行动严打“职业差评师”,一些利用“恶意差评”牟利的不法分子被追究刑事责任。有遭遇过敲诈勒索的网店经营者表示,一旦短时间内

涌入大量差评,轻则影响网店曝光率,重则会被平台和市场监管部门处罚,所以往往只能选择“花钱消灾”。

“对商品质量和服务进行评价是消费者的法定权利,但消费者应当基于事实在社交网络上发表对商品或服务的的评价。”魏永康说。

今年2月,最高法发布6件依法惩治利用网络敲诈勒索犯罪典型案例。在其中一起案例的点评中,最高法有关负责人表示,消费者的评价和投诉对入驻电商平台商家的口碑及后续经营有着重要影响。合理差评和正当投诉有利于维护消费者的合法权益,提高商家的服务水平和竞争力。利用线上平台恶意“索赔”,不仅严重侵害了经营者的财产利益,也扰乱了正常的市场秩序。

“人民法院依法予以打击,有利于遏制恶意差评的蔓延,避免消费者被误导,维护企业合法权益,营造良好的营商环境。”这位负责人说。

网络不是法外之地。在消费后进行评价,是消费者行使监督权的正当行为。对于合理的批评意见,经营者应有“容人之量”,针对不足采取改进措施提升商品和服务质量,不能“玻璃心”甚至攻击报复消费者;消费者也不能滥用手中的权利,把握好批评的分寸尺度,依法理性维权,维护清朗网络空间。

(来源:《新华每日电讯》)



(由晓普整理)