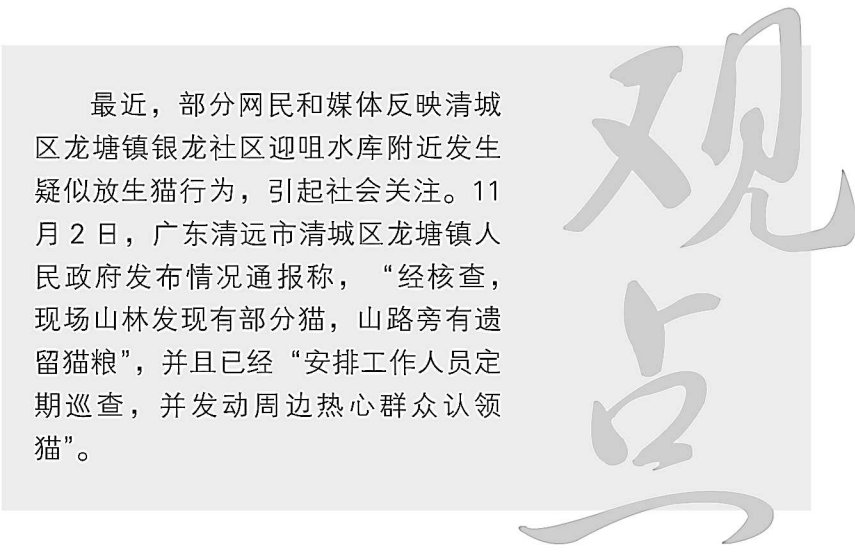


# 在水库边放生猫，这算哪门子“善”



## 这种放生是对生命的漠视

最近，部分网民和媒体反映清城区龙塘镇银龙社区迎咀水库附近发生疑似放生猫行为，引起社会关注。11月2日，广东清远市清城区龙塘镇人民政府发布情况通报称，“经核查，现场山林发现有部分猫，山路旁有遗留猫粮”，并且已经“安排工作人员定期巡查，并发动周边热心群众认领猫”。

此前有网民发现视频称，一群人戴着口罩在广东清远市清城区迎咀水库区域放生大量猫，不少猫被惊吓后攀爬到树上，有的因受惊后直接跳入水库而溺水。另一个视频显示，几名在现场划桨板的路人将溺水的猫救上岸。

所谓“放生”，往往被认为是一种善行。也许“水库放生猫”者，也将这种“放生”视为一种“功德”。甚至有人指望在这样的“放生”中获得精神上的慰藉或所谓“福报”。然而，“水库放生猫”根本不是善行，不仅有可能造成环境、生态的破坏，对猫本身也是一种伤害。

一名当时在现场的目击者向媒体记者介绍，“发现水库边有人正在放生笼中的猫，还在拍视频，猫哇的一下都跑了出来。许多猫被惊吓过度，都往前跑，也不管是不是水，好几只猫都掉到水里面去了。”从视频中猫咪惊恐落水的画面来看，放生者似乎只是为了完成放生这个行为，而不在乎猫咪的死活，这种行为是对生命的漠视，违背了放生的初衷。这哪里是“善”？

“放生者”既没有考虑猫是否具有

## 当地政府应调查详情，依法依规处理

如此放生行为令人匪夷所思，看样子，他们似乎也不在意猫的死活。因为稍有常识就知道，这些猫如果是宠物猫或流浪猫，在缺乏食物的野外，它们几乎没有生存能力，还会对岛屿的生态环境造成负面影响。如果猫在水库溺亡，更会污染水质。

那么，这些人从哪里拖来这么多猫，又为何要一放了之？就十分令人可疑，需要调查清楚。

工作人员还介绍，此前迎咀水库旁发生过类似放生猫事件，“为了加强管理，我们在水库中央的岛屿周围都布置了围网，按理说没有人能到岛上去。”工作人员还称，迎咀水库是备用水源，只有一部分会用作民用用水，主要是工业用水。“对水质应该不会产生什么影响。”

虽然工作人员解答了一些疑问，

备野外生存能力，如被放到水库后会饿死、病死，更无视水库作为饮用水源的特殊属性。迎咀水库是当地“饮用水水源地一级保护区”，猫如果死亡，会污染水质，不仅威胁水中生物的生存，还可能间接影响周边居民的健康——这是对生命的漠视，最终让放生沦为破坏生态的错误行为。

总之，“水库放生猫”，只是一厢情愿的自我感动，不是对生命真正的尊重与对规则的敬畏。

事实上，类似事件并不是第一次发生。2023年8月底，迎咀水库水源保护区曾惊现大量病死猫，系有人放生。一再出现这种情况，也提醒当地有关部门要加强管理和劝导。

《中华人民共和国水污染防治法》《野生动物保护法》等法律法规均明确指出，像这种危害生态环境的责任人，一经查实，不仅应当配合清理现场、承担救助费用，还应被依法处以罚款；若放生行为导致水质污染、本土物种受损，还要被追究其相应民事或刑事责任。今后，有关部门不妨将处罚结果公开公示，以形成对全社会的震慑。

但同时又出现新的问题。为何这些人一而再，再而三地到此放生大量猫咪？为何在此前，当地不调查清楚情况，导致事件一再发生？

水库边大量放生猫的行为，需要引起高度重视，这不仅关乎猫的生命和生态环境，更严重的是，是不是涉及某些灰色产业链。他们在此倾倒猫，是否有着不可告人的目的。否则，他们每次放生后拍屁股一走了之，却将大量问题留给社会承担成本。他们如此漠视动物生命安全，让人愤怒。

希望当地能及时锁定放生人员，调查详情，依法依规处理，给公众一个回应。同时，也有必要利用社会力量安置这些猫，让公众放心。

综合自澎湃新闻、红星新闻等  
(马九月 整理)

## 当体检沦为“生意经”，谁为健康兜底？

□ 王志高

据媒体报道，健康体检本应是“早筛哨兵”，如今却成了部分机构的“摇钱树”。广东惠州刘先生带老人体检，原本1268元的套餐，在推销员“肝癌肺癌死亡率”的焦虑轰炸下，老人稀里糊涂加了三千多元项目；上海网民的母亲被护士“体检要全面”的话术误导，重复做了半年前的幽门螺杆菌检测。这些操作看似“自愿”，实则是利用信息差制造恐慌——子女怕老人多想不敢拒绝，老人对专业术语一知半解，最终沦为“被焦虑支配的消费”。更荒诞的是，某些机构把“高端基因筛查”“PET-CT”包装成“防癌神器”，却避而不谈其对普通人群意义有限，甚至可能因辐射或过度检测伤身。健康不是商品，不能靠贩卖焦虑盈利；体检不是生意，容不得用“为你好”绑架选择。

比诱导消费更致命的，是专业底线的失守。上海市民在体检机构漏查肾囊肿，直到腰疼就医才发现；西安孙女士的类风湿因子从阳性被误判为阴性……这些案例撕开了行业遮羞布：当B超医生扫一眼就下结论，当CT阅片时间短到离谱，当“假医生”“报废设备”混迹其中，体检报告的权威性从何谈起？更讽刺的是，有的机构连报告解读都敷衍——指标异常只说“定期复查”，问养护建议就推销保健品。健康体检的核心是“精准识别

风险”，若连基础准确性都保证不了，所谓“健康管理”不过是张废纸。

问题的根源，是部分机构把体检异化为“流量生意”。他们盯着客单价而非专业度，用营销话术替代医疗规范，用设备折旧掩盖成本算计。可健康容不得侥幸：漏诊可能错过最佳治疗期，误判可能引发长期恐慌，过度检查不仅浪费钱，高频辐射更埋下隐患。《民法典》早有规定，诊疗失职需担责；国家卫健委也明确不推荐普通人群做高价基因筛查。但监管若只停留在“事后追责”，行业乱象便难除根。

好在已有破局信号：京津冀出台体检质量控制规范，从结构到流程全链条把关；专家建议借鉴公立医院经验，主检医师需副高以上职称，报告三级审核；监管部门强调要严打无资质行医、设备超期等问题。这些举措直指痛点——体检机构要活得久，靠的不是套路，是“技术+责任”的双保险。

健康体检的终极目标，不是卖更多项目，而是让每个受检者带着更清晰的安心离开。它该是一面镜子，照见身体的潜在风险；该是一条纽带，连接受检者与专业医疗。若商业机构总想着“从健康里掘金”，终会被信任反噬。毕竟，没人会把身家性命，交给一个总想着算计的“健康管家”。

## 外卖“人气爆棚”应来自口碑而不是AI滤镜

□ 刘少华

据媒体报道，上方是醒目的招牌，下方是人头攒动的场景，不仅店里店外坐满了人，连门口都排起了两行长队。这是北京一家专营拌饭的外卖新店的店铺头像。然而记者实地探访发现，这仅是一个位于地下二层的美食城档口，招牌并不起眼，也没有其专用的就餐区域，与外卖平台店铺头像中烘托出的“精品堂食店”氛围完全不同。除了店铺头像，一些外卖店铺的商品页、商家信息页中，也出现了AI生成的图片。

毫无疑问，这是典型的挂羊头卖狗肉行为，如同童话里皇帝的新衣。当外卖店铺的头像沦为可随意涂抹的画布，当技术滤镜扭曲了真实的商业图景，我们失去的远不止一顿饭的知情权，更是支撑市场运行的信任基石。

从完全由AI生成的店铺场景，到在实拍图上“门头改字”的招牌替换，再到技术合成的“一镜到底”视频，构成了一条完整的造假产业链。商家利用AI技术生成虚假的就餐场景，通过算法精准捕捉消费者对“人气店铺”的心理期待，将不足十平米的档口包装成门庭若市的网红餐厅。这已不再是简单的“照片仅供参考”，而是精心策划的视觉欺骗。这种行为本质上是通过技术手段制造信息不对称，构成对消费者的系统性误导。

这种视觉欺骗的危害不容小觑。它首先侵犯了消费者的知情权与选择权。消费者基于虚假信息做出的选择，本质上是受误导的结果。更深层次看，它扭曲了市场竞争机制，形成了“劣币驱逐良币”的逆向激励。

视觉造假现象的蔓延，暴露出外卖平台治理体系的深层漏洞。当平台将“一镜到底”视频作为商家准入门槛时，客观上催生了专门的技术造假产业链。从AI生成工具到视频合成服务，从招牌改图到场景克隆，一条完整的地下产业链正在形成。

面对这一新挑战，平台需要持续升级审核技术，利用AI反制AI造假，同时建立更严格的黑名单制度，提高造假成本。更重要的是，平台应重新评估展示逻辑，不再过度强调“门面”而更多关注产品质量、用户真实评价等核心要素。监管也需跟上技术发展的步伐。对于明显构成虚假宣传的AI生成内容，应有明确的认定标准和处罚措施。二手交易、短视频平台上的相关服务，若明知用于商业欺诈仍提供技术支持，也应承担相应责任。

这场“AI装修”热潮映照出数字时代真实性的危机。商家应认识到，真正的“人气爆棚”，从来不是AI生成的幻象，而是顾客用味蕾投出的信任票。