

# 法制文萃报

国内统一连续出版物号:CN 11-0196 国内邮发代号:1-163

每周四出版 零售价:6元 全年订价:300元



扫描二维码订阅



微信:法治复兴号



中国邮政发行业务

中华人民共和国司法部主管 法制日报社主办 法制文萃报编辑部出版

2025年6月26日 总第2861期 本期8版

入选农家书屋推荐目录唯一法治类报纸

## 善用律法,是李善德最终完成荔枝运送的通关密码

4版

在皇权、人情与法理交织的大唐社会,李善德身不由己却始终遵从内心的道德律令和处事原则,最终穿越重重法外暗流,寻找到了那条幽微通路



## 空壳公司售卖病宠“洗钱” 170余人报警 上海首例“星期宠”入刑案始末

5版

这是上海首例贩卖“星期宠”入刑案。这起案件为何最终认定构成犯罪?对于规范宠物行业又能起到什么作用?记者采访还原了案件办理始末

## 劳务“碰瓷”团伙流窜多地 敲诈勒索 33万余元

7版

吃透用工方害怕延误工期、担心甲方处罚、影响企业声誉等心理,几名务工人员想出了赚钱的“好方法”——假意应聘,找茬闹事,索取赔偿

## 77.5克毒品咬定“自吸”? 检察官从监控黑影里挖出贩毒链

8版

民警在办理一起治安案件时,查获约77.5克毒品甲卡西酮,犯罪嫌疑人坚称仅是“持有”,相关证据疑点重重。到底是“持有”还是“贩卖”

近年来,在人力资源和社会保障部发布的新职业中,有15个与人工智能/机器人直接相关,高校开设的相关专业数量也呈“井喷式”增长

前不久,北京亦庄半程马拉松暨人形机器人半程马拉松比赛上,机器人“选手”凭借出色表现迅速冲上热搜榜。如今,在机器人的世界里,行走、对话、踢球都已算不上什么新鲜事,庞大的工程师群体正在变着花样地让它们变得更聪明。

### 部分岗位需求“井喷”

机器人产业的蓬勃发展,离不开人才的支撑。据市场监管大数据中心数据显示,截至2024年12月底,全国共有45.17万家智能机器人产业企业,企业数量较2020年年底增长206.73%,呈显著上扬态势。

“我们在调研中发现,机器人产业中,人形机器人领域招聘职位数同比增长409%,求职人数同比增长396%。”智联招聘执行副总裁李强表示,随着技术迭代加速,具身智能成为机器人领域的发展趋势,智能制造、养老陪伴等需求日益增加,推动了人形机器人企业的商业化落地,催生出大量岗位需求。

据介绍,目前机器人相关岗位划分为技术岗、生产岗与销售岗三大核心类别。其中,技术岗以技术研发与应用为核心职能,既包括传统意义上的研发类岗位,也涵盖其技术支持、应用开发等与技术落地紧密相关的职能岗位,生产岗主要聚焦生产制造环节,销售岗则以市场拓展为导向,涵盖销售顾问、品牌推广、市场专员等岗位。

### 年轻化高学历特征明显

6月17日,“活力中国调研行”走进北京人形机器人创新中心。活动现场,天工机器人轻松丝滑走过草坪、沙滩、砂石地的表现,吸引了众多媒



图/视觉中国

## 机器人产业开启“抢人”模式 人才结构性短缺问题较为突出

体关注。这款机器人的研发机构——松延动力创始人兼董事长姜哲源说:“我们公司很少有‘90前’,大部分都是‘90后’。这就决定了我们团队最大的特点:年轻、有活力!”

“年轻、有活力”,是我国机器人产业人才画像呈现出的最显著特征。智联招聘发布的《2025年机器人产业人才发展报告》(以下简称《报告》)显示,2025年前5个月,国内机器人产业人才供需双双出现较快增长,其中招聘职位数同比增长6%,求职人数同比增长32%,机器人产业正成为工程师们争相涌入的新赛道。《报告》显示,从年龄结构看,机器人产业求职者具有明显的年轻化特征。

除了年轻化,机器人产业人才普遍具有高学历特征。据智联招聘数据统计,机器人产业求职者中,高中及以下、大专、本科、硕士及以上的占比分别为5%、29%、56%、10%,本科及以上学历的求职者占比达到66%。机器人产业作为技术密集型新兴产业潜力较大,行业正处于技术迭代加速期,对高学历人才的需求较高。

技术进步驱动传统制造业、互联网人才向机器人产业转型。《报告》对技术岗位求职者上一份工作从事行业的分析发现,除器材制造等传统

制造业外,集成电路、工业自动化等高端技术产业,以及计算机软件、互联网等IT互联网行业的占比也较高。这一现象表明,随着技术的持续进步,机器人产业凭借自身发展优势,正吸引着多元化的人才流入。大量来自传统制造业、高端技术产业与互联网行业的人才,正加速向新兴产业转型,以探寻新的职业发展机遇与空间。

### 人才加速区域集聚

在机器人产业中,各类岗位呈现出多样化的发展趋势,为产业全面发展提供了有力支撑。与此同时,人才供需呈现出明显的区域集聚效应,人才结构性短缺现象依然较为突出。

以机器人算法岗位为例,作为机器人产业的核心技术岗位,今年以来,其招聘需求增速及招聘平均薪酬均位列技术岗位第一,在机器人产业发展过程中发挥关键作用。《报告》显示,机器人算法工程师的招聘需求前三分别是北京、深圳、上海。

具体来看,北京、上海机器人算法工程师需求主要集中在IT互联网领域,深圳主要集中在汽车领域,京沪凭借雄厚的经济基础、密集的

高端研发资源及完善的产业链生态,在各自的重点产业开展机器人业务,带动了机器人算法工程师的需求。此外,南京、长沙、杭州等城市近年来机器人产业发展表现亮眼,带动了包括算法工程师在内的人才需求大幅增长。

“以北京为例,目前拥有机器人骨干企业400余家,其中国家专精特新‘小巨人’机器人企业57家,居全国首位;人形机器人整机单位近30家,也居全国首位。庞大的市场需求和雄厚的产业基础,自然吸引了机器人产业人才的集聚。但从行业整体看,人才紧缺仍是一个现实问题。”李强说。

人才供需状态直接影响产业创新发展的速度与质量。随着国家对于机器人产业人才的高度重视,相关支持政策也逐步落地。近年来,在人力资源和社会保障部发布的新职业中,有15个与人工智能/机器人直接相关,高校开设的相关专业数量也呈“井喷式”增长。随着产业数字化转型的迫切需求,机器人领域的人才和技术将迎来迅猛发展,这将进一步推动相关企业加速跨界合作与协同创新。

□ 顾阳

《经济日报》6月23日

## 救护车 800 公里收 2.8 万元引争议 江西省卫生健康委:已责令退回不合理收费

近日,为救治患重症的孩子,江西新余的唐先生将孩子跨省转运800公里,却被一辆“民营救护车”收取2.8万元转运费一事引发网友争议。有网友称这是天价救护车,也有网友表示救护车配备两名医护人员,并携带使用ECMO(体外膜肺氧合),费用不算高。

据江西省卫生健康委通报,该救护车所有南昌赣医医院存在收费不合理等问题。目前,卫生健康行政部门已责令其退回不合理收费,并暂停医疗转运服务。通报中称,在患儿

病情危重时,4月8日家属提出急需连夜转运治疗。由于就诊医院江西省儿童医院无符合跨省转运条件的救护车,经家属请求,诊治医生联系了赣医医院救护车。救护车司机与家属沟通,约定转运费2.8万元,分两次支付。江西省儿童医院派出两名医护人员随车护送,并携带使用ECMO等相关抢救设备和药品。4月9日,救护车到达家属指定的上海某医院紧急救治,患儿转危为安。

江西省卫生健康委表示,将联合相关职能部门对事件进一步调查核

查,如发现违法违规问题将严肃处理,同时对转运救护车规范使用加强监管,坚决维护患者权益。

据了解,ECMO主要用于对重症心肺功能衰竭患者提供持续的体外呼吸与循环,以维持患者生命。相关资料显示,今年3月,湖南省脑科医院采购的一台ECMO价格为130余万元。

一家跨省转运救护车公司的调度人员告诉记者,跨省转运病人的收费,第一是根据患者的病情,越严重收费越高,比如要配备医护人员、仪

器等;第二是根据患者的转运距离,越远肯定收费越高。调度人员称,救护车都会与被转运方签署协议,走正规流程,且协议里会写清楚收费标准。

为何有跨省转运需求的病人,会选择私营医疗机构的车辆呢?“根本原因在于非急救转运市场需求巨大,而正规的救护渠道满足不了。”长期专注于急救领域研究的专家、河南省平顶山市急救指挥中心原主任武秀昆在接受记者采访时表示。

□ 罗丹妮 林诗妍

红星新闻·《南方都市报》6月24日

### 时论珠玑

## “情绪经济”也需把握好“情绪”

最近,泡泡玛特旗下潮玩产品LABUBU热度持续攀升,成为潮玩界的“顶流”。线上线下抢购热潮不断,“一BU难求”的背后,是“情绪经济”的具象化,反映了越来越多的消费者愿意为能带来情绪满足的商品和服务买单。

“情绪经济”的消费密码,在于情绪价值的多元呈现。它体现在产品设计、消费体验、社交属性等多个维度。产品设计上,许多产品融入有趣、可爱、搞怪等元素,打破传统的严肃风格,传递出缓解焦虑的寓意。消费体验方面,商家打造沉浸式、互动式的消费场景,让人暂时忘却现实烦恼。社交属性也是情绪价值的重要来源。一些网红打卡地,因独特的风格和氛围,成为人们拍照分享的热门选择,满足了他们社交展示和寻求认同的心理。

年轻人,尤其是“Z世代”,成长于物质丰富、信息爆炸的时代,更注重自我感受和个性表达,对消费的需求不再局限于实用功能,而是追求能带来情感共鸣和精神愉悦的产品与服务,是情绪消费的主体。盲盒因其未知性所带来的惊喜感和期待感,激发消费者的好奇心和探索欲而大受年轻人欢迎;一些可爱的毛绒玩具,因为憨态可掬的模样能够瞬间治愈心灵而让年轻人爱不释手;一家装修温馨、氛围轻松的咖啡店,或充满文艺气息的独立书店,因提供了心灵栖息之所,吸引大批年轻消费者光顾。

“情绪经济”的兴起,为市场带来了新机遇。无论是零售、餐饮、娱乐,还是旅游、文化等领域,都可以通过挖掘消费者的情绪需求,创新产品和服务,实现差异化竞争。餐饮行业不妨来个动漫主题餐厅,从环境布置到菜品设计都融入动漫元素,吸引动漫爱好者;美妆行业可与热门IP合作,推出联名款产品,借助IP的情感号召力,引发粉丝购买热潮。娱乐企业可进一步开发沉浸式剧本杀、密室逃脱等娱乐项目,通过精心设计的剧情和场景,让玩家全身心投入其中,体验多种情绪感受。

不过,商家也不能过度依赖情绪营销,而忽视产品质量和服务本质。前段时间,一些虚拟陪聊服务,因价格虚高,实际提供的陪伴效果不佳,引发消费者不满。当然,消费者对情绪消费也要保持理性,不要在情绪的驱动下,购买超出自身需求和经济能力的产品,造成资源浪费和经济压力。为了让“情绪经济”行稳致远,有关部门须加强对“情绪经济”市场的监管,规范市场秩序,防止出现虚假宣传、价格欺诈等行为,保护消费者的合法权益。同时,要引导行业健康发展,鼓励企业创新,推动“情绪经济”与实体经济深度融合,为经济发展注入新的活力。

“情绪经济”作为一种新兴的经济模式,正深刻改变着人们的消费观念和行为习惯,揭示了消费市场的新趋势和新需求。在未来的发展中,还需不断探索“情绪经济”的消费密码,把握消费者最新情绪需求,真正让消费者获得精神愉悦和心理满足,从而达到经济效益与社会效益的双赢。

(本版有删节)

□ 孟亚生

《新华日报》6月20日

●地址:北京市朝阳区花家地甲1号  
邮编:100102  
广告发行:010-84772978  
●本报法律顾问:  
北京市安理律师事务所律师 李学辉  
电话:13701097156

●责任编辑:王勇 版式设计:李海英