

【敢当头条】

孩子长高了 配套也应跟着“长”

日前,国家卫生健康委负责人在国新办新闻发布会上介绍,“十四五”期间,我国儿童营养状况不断改善,6至17岁的男性和女性,平均身高分别增长了2.1厘米和2.2厘米。

少年儿童的这一长高趋势由来已久。2021年教育部公布的第八次全国学生体质与健康调研结果显示,与2014年相比,2019年全国7至9岁、10至12岁、13至15岁、16至18岁男生身高分别增加0.52、1.26、1.69、0.95厘米,女生身高分别增加0.72、1.24、0.97、0.80厘米。

数据令人欣慰,也符合人们的日常观感。现实生活中,十几岁的孩子身高长到1.8米并不鲜见,远看是个大个子,近看却是一张娃娃脸。然而,当前人们习以为常的公共服务制度与设

施并没有及时匹配少年儿童的快速“成长”。

当下有不少景区、游乐园和体验馆仍以身高作为购票的主要判定依据,诸如1.2米以下免票、1.2至1.4米半票等。之所以如此,是因为一些游乐项目的安全性与身高直接相关,若仅按年龄判定,可能提升游玩危险系数,此外,也会增加核验的时间和成本。

这样的考虑并不符合儿童利益最大化的原则。以儿童票而言,如今,铁路已经不再单纯“看身高”,而是从2023年起实行“按年龄”或“按身高”标准的双轨制购票方式。最近,国铁集团新规均采用年龄标准。从身高到年龄,这一转变体现了以人为本的服务宗旨。去年年底,上海迪士尼乐园宣布取消身高限制,以年龄作为购票

唯一标准,体现了对儿童成长差异的尊重,也表明诸如安全性、核验成本等并不是障碍。

不只是儿童票,孩子们每天都要打交道的课桌也需要调整。此前有媒体调查发现,不少地方存在课桌椅与学生身高不大匹配的情况,课桌椅“低配”现象,成为孩子们“成长的烦恼”,无形中增加了近视、驼背等健康隐患。

目前各地使用的课桌椅国家标准,还是2014年发布的《学校课桌椅功能尺寸及技术要求》,该标准规定了课桌椅的11个型号和与之匹配的适宜就座者身高范围。只是这个版本距今已有10多年,孩子们的身高也发生了很大变化。

此外,这一标准在现实中执行得也并不到位。据报道,2021年一项针对

中部某省660所中小学校的抽样调查显示,课桌椅符合国标要求的不到20%。此外,深圳市2019年一项调研显示,当地部分中学生身高超1.9米,国标最大号0号课桌椅已不能满足需求。

孩子在一天天长高,相应的配套服务和设施也应该跟上。其实改变并没有多难。有关部门不妨及时更新标准,加强对学校课桌椅的采购、管理和监督,使之跟上学生身高增长幅度。此外,也应梳理公共交通、游乐设施、旅游景点等领域的儿童票政策,最大限度体现儿童友好的原则。当前,各地都在建设儿童友好城市,为儿童成长发展提供适宜的条件、环境和服务。多一点体贴,多一点关怀,给予孩子们更多的爱和善意,就能为社会累积更多能量。
(据新华网)

【金玉良言】

从体育中挖掘经济增量

清新的公园绿道,晨跑者与骑行者共享盎然生机;火热的体育商圈,球迷们观看比赛,购买纪念品,聚餐畅谈;优美的山野湖畔,帐篷点点,山水之间传来欢声笑语。

这些生动画面,正是当下人民群众火热体育生活的缩影。“十四五”以来,我国体育产业总规模以年均超10%的速度增长,运动健身、观赛参赛、购买装备等融入寻常百姓生活,体育产业成为提升全民健康、驱动经济增长的重要助力。

前不久,国务院常务会议就释放体育消费潜力进一步推进体育产业高质量发展的意见进行研究,指出“发展体育产业和体育消费是落实扩大内需战略的重要内容”。作为重要的改善型消费,体育消费在促消费、扩内需中的重要性日益凸显。挖掘体育需求,发展体育产业,开拓“体育+健康”的消费蓝海,体育将成为推动经济社会持续健康发展的重要力量。

体育产业的勃兴,根植于人民群众对美好生活的向往。现如今,人们的体育运动需求,已从单纯的锻炼身体

体,演变为探索自然、社交互动、放松身心、消费娱乐等多元形式。随处可见的比赛场景、健身场面,不仅折射人民群众对身心健康和生活品质的追求,也彰显着体育在凝聚人心、繁荣商业上的独特作用。把握好健康消费和体育消费的细分需求,体育产业的发展动能就会源源不断涌现。

体育用品制造业的创新突破,也为体育产业发展注入新动能。海关数据显示,2025年上半年,我国体育用品出口顶住压力,实现出口额149.01亿美元,同比增长1.56%。尤其亮眼的是,以智能科技为标签的健身器材和跑步机成为关键引擎,彰显了产品结构优化与科技赋能的成效。随着先进材料和技术的加速转化应用,我国体育产业还将继续打开更大发展空间。

体育产业的旺盛活力,还来自其强大的“链接”能力。通过嵌入百姓生活,体育与文旅等其他产业的融合,激发了消费新活力。成都环城绿道将智能健身仓、骑行驿站与公园景观串联,成为市民休闲健身的热门去处;上海前滩体育公园巧妙融合攀岩馆、滑板

场与露天剧场,形成“运动+休闲+文化”的消费链条。进景区、进街区、进商圈,推动体育与城市各类空间、各消费场景以及数字技术融合,必能将体育流量转变为更大的消费增量。

推动体育产业持续发展,也需要跳出体育一域谋全局。体育设施建设融入城市更新、公园绿地建设和乡村全面振兴之中,有助于盘活存量、优化增量;山水资源富集地区,发展露营、骑行、溯溪、垂钓等户外项目,能让自然资源优势转化为体育消费热点。当“一人参赛,全家旅游;一场赛事,多日消费”的新风尚蔚然成风,体育对交通、住宿、餐饮、文旅等产业的强力牵引,便能愈发显现出来。

从绿意盎然的步道到智能化生产的车间,从人头攒动的赛事现场到风景如画的户外营地,体育产业正以其深厚的群众基础与蓬勃的创新活力,不断开辟新赛道。抓住时代机遇,持续释放消费潜力,体育产业必将为全民健康提供有力支撑,为经济增长锻造强劲引擎。
(据新华网)

【有此一说】

谁打通了沉香手串造假链条?

据央视新闻报道,在沉香市场上,部分商家五花八门的宣传话术,加上外观极为相似的沉香产品,让消费者在购买手串等产品时难辨真伪,“花高价买假货”的情况也时有出现。

一直以来,沉香受到不少文玩圈人士的喜欢,而由沉香“进化”而来的奇楠,更是沉香中的翘楚。其质地更软、含油量更高、香气更丰富,形成条件更苛刻,因此在文玩和收藏领域的价格远高于普通沉香。

不过,野生奇楠早已被列入《国家重点保护野生植物名录》,极为稀缺。在此背景下,一些商家通过“科技与狠活”,把低价沉香包装成高级货牟取暴利。

记者在“中国沉香之乡”核心区看到,对这些低价沉香的改造套路已经相当成熟。如打磨抛光时加入奇楠精油,使珠子颜色均匀、香味更浓。这还算“规矩”的,还有一种“科技货”,令商家讳莫如深。如直接压油、注油处理普通沉香手串,如此做法能将产品价格直接提高十倍;有些则使用沉香采收后剩下的无香无油木质部分,通过人工注油,模拟高油沉香外观,可谓与天然沉香毫无关系。

除了源头造假,这些产品在检测层面也几乎畅通无阻。记者拿了一些“科技货”送检,明确说明手串有问题,但依然拿到了检测证书,检测人员直言“注油不影响认定”。

前有商家造假,后有检测失守,整个造假链条完全被“打通”,而这种“一条龙忽悠”,也让消费者丧失了识别造假产品的能力。

重塑市场秩序,需从多环节同步发力。如加大对造假窝点的打击力度;严肃追究检测机构和相关人员的失职与乱作为责任;针对线上销售渠道,平台必须承担主体责任。

值得注意的是,各种文玩、饰品的造假手段更加隐蔽,已成为行业的共性问题。可以想象,技术进步没有止境,未来造假手段只怕会不断翻新。那么,监管思维和治理方式也该迅速更新,确保在技术与治理的较量中始终占据上风。
(据新华网)

【画里话外】

揩油

近年来,一些“卡贩子”公然在加油站或线上低价兜售加油卡。犯罪团伙利用加油卡无需记名等特点,虚开进项发票逃避税收,再将卡打折销售给终端用户,实现非法资金洗白。防止加油卡变相油卡,需要落实购卡、用卡实名制,斩断非法利益链。

(据新华网)

