

守护好儿童的“腕上”安全

功能简捷、方便携带,让家长能随时和孩子交流,及时获知孩子的位置情况……近年来,作为一种智能穿戴设备,儿童智能手表在很多地方受到中小學生及其家长青睐。与此同时,随着科技的发展和市场竞争的日趋激烈,儿童智能手表被添加了不少功能,如碰一碰加好友、好友圈、益智游戏、健康监测、支付等,

有时候在饭馆里聚餐,菜上得慢,懂美食的朋友就会说,不要催。意思是馒头不能差一口气,蒸鱼不能差一分钟(肉不脱骨)。

真的,凡事不要催。有时候改稿子比写稿子慢,来回想非常烦,只要一催绝对是情绪爆炸的导火索。幸好我的责编都不催我。

买房买车这种事当然重要,一个家庭的发财计划唯此为大,这都好理解,但不要催,积累财富有一个过程,要懂得欲速则不达的道理。催,也不是一句话的问题,总是眉头紧锁,黑口黑面就是催命符。小孩子学习不好,不要催,年长一岁都有程度不同的心智开蒙,没有什么好急的。这个过程便是他的成长过程。

催婚催育就更加大可不必。情感专家说,你只有做好了单身的准备,才能够碰到合适的另一半。一个人,自我强大就不愁没有机会,自己不咋地,破锅还有破锅盖。

这都不是催的事。人,只要是不着急,谁拿你都没办法,不急不催的心性是一生的护身符。

如是说

留在港口的小船最安全,亲爱的,但这不是造船的目的。——弗雷德里克·巴克曼《焦虑的人》

对未来的真正慷慨,是把一切献给现在。

——阿尔贝·加缪《鼠疫》

我恨自己灵敏得能觉出一丝风又软弱得扛不动一片叶。——以色列剧作家汉诺赫·列文对“知多行少”的感慨

(摘自《新周报》)

进一步放大了智能手表的社交和娱乐属性。

然而,儿童智能手表相关的一些乱象也日渐显现出来,引发“腕上”安全隐患:有家长投诉,手表中的一些软件,打着“趣味学习”的幌子,实则是游戏,让孩子们上瘾;有的以解锁限定皮肤、升级账号等级、抽取权益卡诱导消费,有儿童买来手表第一天就充值数千元;还有的读书、漫画、问

答等软件疑似传播涉色情暴力有害信息……

无论不良信息、诱导软件多隐蔽,都有一个共同入口,那就是智能手表本身。要督促手表生产企业以健康安全为导向,优化儿童产品功能。内置软件要有利于儿童成长,还要加强可下载软件的识别过滤,及时剔除有害信息。

智能手表应当是让少年儿童通向美好数字生活的桥

梁,也是帮助家长督促儿童健康成长的工具。面对可能出现的沉迷等行为,家长既不能“一收了之”,也不能放任自流,要引导少年儿童正确看待使用数字工具,培养良好健康的智能工具使用方式。全社会都应树立互联网法治意识,共同营造有利于未成年人健康成长的数字环境。

(摘自《人民日报》10.17 金歆/文)

木桶原理是指一只木桶想盛满水,必须每块木板都一样平齐且无破损。如果这只桶的木板有一块不齐或有破洞,这只桶就无法盛满水。也就是说,一只木桶能盛多少水,并不取决于最长的那块木板,而是取决于最短的那块木板。

近来忽然发现,决定自己上限的却是长板。死盯短板做事,不懂得寻找最佳能力点,只会越活越贬值。老想让自己看上去没有任何缺点,结果就成了自己最大的缺点。

从“反木桶原理”的角度思考,人与人之间的差距,往往是靠自身优势拉开的。几十年光景若要活得足够精彩,就要找到自己的长板,并持之以恒做下去,让自己擅长的领域如鱼得水。

人这一生,一技之长才是立足之本。若想不被时代淘汰,必须用好长板。

(摘自《今晚报》戴冠伟/文)

他就蹲在地上,与战士们边吃边拉家常,大家还以为是后勤派来了解伙食的,便七嘴八舌讲了不少真实情况。“蹲下来”,与群众打成一片,工作就有了切入点,办法就在其中。

放低身段是品德修养。《彭总在中南海》一书中曾讲述这样一件事:一天,彭德怀看到巴金在一篇文章中描写他“像长者对子弟讲话”,坐立不安,于是给巴金写信道:“我是一个渺小的人,把我写得太大了一些,使我有甚害怕。”

当年,罗荣桓曾告诫一些自认为高高在上、搞特殊化的领导干部:“不要以为你很高,这种高是因为你骑的马高。下了马,该多高还多高。”这段话是提醒,更是警钟。

(摘自《中国纪检监察报》乐其/文)

用好自己的长处



第一阵容的惨败

大学时代,在一次篮球训练中,教练教给我们一个重要的道理。

他让第一阵容和第二阵容的球员在球场上对抗。第二阵容中有几个种子选手,可第一阵容优势明显。这次教练打破常规,让第二阵容的球员保持原来的位置,而让我们第一阵容的球员改变原有的位置。我一直担任得分后卫,这次教练安排我做中锋,而原来的中锋变成了控球后卫。比赛时间设定

为20分钟,但这场比赛很快就结束了,第二阵容将我们打得落花流水。教练把我们叫到场边,说:“球场上只有最佳球员还不够,还要将最佳球员安排到最合适的位置上。”

我一直没有忘记这堂课。在此后30多年的生涯中,我将它应用到篮球之外的多个领域。不管你领导什么类型的团队,如果你不能将团队成员安排在各自的优势领域,那么,团队成员和你都难以取得胜利。

(摘自《读者》)

放低身段

侮”,就是说,即便沿着墙根走,也不会有人敢来欺侮你。正考父的谦虚低调、清正廉洁,既是一种人格的力量,品德的力量,也是一种生存原则、生存智慧。

放低身段是成事之道。从古而今,放低身段,谦恭待下者,为的是登高望远,海纳百川,成其广大。刘备屈膝求贤,三顾茅庐,而广纳天下贤才,实现了政治抱负;蔣相如大义为重,容让廉颇,演绎出感天动地的“将相和”。这些佳话中蕴含着深刻道理,至今让我们受益匪浅。许多党员干部在与群众相处中,都能放下身段、深入群众,与群众打成一片。黄克诚将军一次到湘西视察部队,正赶上午饭,

“看得见摸不着”成银发经济消费痛点

新颖产品吸睛,效果众说纷纭

浏览《2024年老年用品产品推广目录》,最吸引眼球的,要算是“康复机器人”“爬楼梯轮椅”等照护辅助设备。

以一款手功能康复机器人为例,它的主流样式如同一副手套,搭配主机使用。患者戴上手套,选择相应模式,由手套带动患手进行各种动作。通过刺激手部肌肉与神经,逐步恢复手指运动功能。

“瘫痪一侧的手,长时间不动会僵住的,担心肌肉萎缩厉害,买来尝试几个月。”网购平台显示,根据型号与配置不同,目前手功能康复机器人价位在一两千元不等,大多购买者是给偏瘫家属使用的。产品使用感受则是众说纷纭,尤以“力度”问题被提及较多。有家属称,“感觉有点鸡肋,说没用吧,确实能起到帮助活动的作用,说有用呢,力度又过小。”“开到最大档位了,我爸还是感觉劲儿小……”

近年来“风很大”的爬楼梯轮椅,被称作活动不便老人的“上下楼神器”。简易版本



近日,经一系列程序,工业和信息化部确定并推出《2024年老年用品产品推广目录》。其中共包含279款具体产品,囊括适老化家居产品、日用辅助产品、老年服装服饰等六大类。与蓬勃的老年产品研发相比,这些东西上哪儿能看看、摸摸、用用,成了老人及其家属的一大难题,依然是“银发经济”中待解的消费痛点。

在使用时,将履带铺设于几级台阶上,形成一个斜坡,由家属手动拖拽。高端些的电动版本,机器可在台阶上自动运行,给人一种轻巧灵便的感受。不过,一些测评帖上也出现不少家属留言,“老人如果比较敏感,半躺上下楼会觉得恐慌。”“抬起来的一下很费力,需要两个人拽着。”

想要亲身体验,大件线下难觅

相较于适老产品的不断推陈出新,以及线上讨论的热闹程度,记者发现,对大多数老人及照护者来说,想要在线下亲身体验、感受这些产品,不是件容易的事儿。

有别于普通商品,一些老年用品、康复辅具等,还得亲

自尝试了才知道是否合适。李阿姨照顾着患有脑梗后遗症的老伴,家里光是拐杖就有四五个,但都因为不好用而闲置了。后来买轮椅时,她特意让儿子帮忙,带着老伴一起去店里挑选。“就要的最大号,不然他胖,不试试买回来可能坐不进去。”

相对基础的用品都是如此,更别提其他稍复杂些的“大件”了。价格不菲、退换货麻烦、操作又需要一定技巧,和多功能移位机类似,诸如护理床、电动轮椅、爬楼机等,即便是习惯了网购的年轻人帮忙购买,也很难光凭描述就下单。

遗憾的是,近年来多家老

起底陪爬市场:大学生最受青睐,律师提醒注意风险

过去几年每逢假期,“陪爬”都要火一次。顾名思义,陪爬指陪伴他人进行爬山活动。

在注重消费体验感和幸福感的时代,这项新兴事物在一个新的赛道快速崛起。如今,陪爬早已不止于陪爬,雇人陪伴爬山的目标也不只是登顶那么简单。网友:我要登顶,我也要情绪价值!

尝到了甜头的年轻人

近日,网友孰可司国庆期间雇佣两名大学生陪自己登顶泰山的视频爆火。5分多钟的记录中,身材健硕的陪爬者无时无刻不在调动着孰可司的情绪:从拉起横幅到车站接站,到在山上徒手开西瓜、掰榴莲,再到扛起体力不支的孰可司登上南天门……陪爬者有一个原则,不让一句话掉在地上。

收获情绪价值,这也是大多数人决定购买陪爬服务的一大初衷。消费者杨千语透露,陪爬者长期研究同一景区,能够准确制定线路图并提供景点讲解,会让爬山的过程

不再枯燥。据记者观察,这也是大部分年轻消费者的共鸣。这种情绪价值,体现在各类小细节中。经过发展,陪爬服务对客源的竞争已相对激烈。采访时,一位陪爬者向记者展示了他此前拍摄的部分图片,在构图、色彩等维度颇为专业。“拍照和录视频可以弄到满意为止”,他这样承诺道。

目前,这也是陪爬行业的现状。当消费者需求提升,陪爬从业者(兼职者)所能提供的服务范畴正进一步拓宽:送水递饭、背行李拍照、开车接送、呐喊加油式助力登顶,也有陪爬者能帮助登山的人进行拉伸和按摩放松。

大学生陪爬者最受青睐

经观察发现,提供陪爬服务时“大学生”在其中组成了一个庞大的群体。记者以消费者身份采访了多位自称“大学生”的陪爬者后了解到,陪爬业务可以覆盖山东泰山、安徽黄山、浙江雁荡山、河南嵩山、北京东灵山等多个国内知

名景区,不乏有人表示可在全 国范围内提供陪爬服务。据不完整统计,陪爬价格在200元至800元不等,按照出行人数和情况决定。陪爬者多为景区当地人,持有年卡,无需消费者额外支付门票。此外,夜爬的价格会高于白天。

在独立接单的大学生外,也存在已形成组织的陪爬团体,会根据消费者需求派遣符合标准的陪爬者。购买陪爬服务的人群主要集中在女性

“上班族”和带娃出行的父母之中,他们更多倾向于选择热情、体力好的大学生陪爬者。与此同时,安全因素也会在考虑范围内,“大学生相对涉世比较浅,无形中会提供更多安全感。”游客接受采访时这样说道。

陪爬遭遇诈骗

作为新崛起的一片市场,陪爬行业也存在着诸多发展问题。

几位在国庆期间首次找人陪爬的游客对记者表示,他们都遭遇了骗局。据悉,有游

年用品辅具销售场所,如今都已陆续离场。以北京白纸坊街道养老服务中心的适老用品展示区为例,去年此时,还被视作北京城区种类最全的老年用品展厅之一,如今规模已大幅缩水。谈起这一变化,工作人员也表示有些无奈,称今年四五月以来,很大一片展区用于改做社区食堂,“空间实在是不够用。”

开眼界寻合作,了解渠道待拓

对瓷砖进行防滑处理后,即便流水哗哗,踩上也不打滑;沐浴器一边喷水,一边海绵头就能将水吸走,无需移动卧床老人,就能便捷地进行日常清洁……在“2024第十届北京国际老龄产业博览会暨第五届北京国际养老产业博览会”现场,不少产品引得人们纷纷上手体验。“这些产品能去哪儿找啊?”有市民建议,一些不利于网购的新产品、大件商品,不妨考虑以便捷渠道进行集纳式展示。“地方不够先看看图片视频也行,工作人员给介绍讲解,再联系厂家看实物。”

(据北京日报客户端)