



研发无刺鲫鱼的“鱼院士”

我们吃到的每10条鲫鱼中,有7条都与中国科学院院士桂建芳密不可分。因此,大家亲切地称他为“鱼院士”。桂建芳从小在湖北长大,1984年,研究生毕业的桂建芳通过答辩,进入中国科学院水生生物研究所,次年,29岁的他开始专注研究银鲫。当时,中国农产品市场逐渐开放,鲫鱼价格从每斤两三毛钱一下子涨到七八元钱,甚至近10元钱,成了老百姓餐桌上的奢侈品。他默默地许下一个愿望:“要让每个中国老百姓都吃得起鱼。”

为了这个许诺,桂建芳行走全国的大江、大河、大湖的50多个采样点,行程数万公里,对4000多条鱼进行采样并研究,开拓出了一条培育银鲫的新技术。经

过14年的努力,成功研究出了“中科3号”。与普通鲫鱼相比,“中科3号”生长速度提高了20%,出肉率提高了6%,蛋白质和氨基酸含量都有大幅提高。之后,又研究出了抗病能力更强的“中科5号”。

经过近40年的潜心研究,桂建芳的愿望实现了。据2021年统计,全国平均每人每周可以吃上一条0.9千克重的鱼,比新中国成立初期一年的量还要多。至今,鱼已经成了老百姓餐桌上必不可少的美食和营养品,为“把中国人的饭碗牢牢地端在自己手里”做出了贡献。

桂建芳研究的脚步并没有停止,继“中科3号”和“中



5号”之后,他把关注的重点放在了鲫鱼的小刺儿上。他说:“每条鲫鱼大约有80根小刺,称作‘肌间刺’,人们吃的时候挑刺很麻烦。因此,我们想培育出不需挑刺的鱼。”经过与团队的

紧密合作,他做到了。通过基因编辑技术,筛选出200条无肌间刺的银鲫,下一步即可大量繁殖。他乐呵呵地说:“这种鱼炖出的汤味道会更加鲜美,而且不必担心被鱼刺卡着。”

虽然他的普通话带着浓重的乡音,但是听起来却是那样富有感染力,还不至于浓浓的

情感味道。
(摘自《现代班组》赵盛基/文)



名人故事

马虎与认真

在厦门大学教书时,鲁迅先生曾到一家理发店理发。理发师不认识鲁迅,见他衣着简朴,心想他肯定没几个钱,理发时就一点也不认真。对此,鲁迅先生不仅不生气,反而在理发后极随意地掏出一大把

钱给理发师——远远超出了应付的钱。理发师大喜,脸上立刻堆满了笑。过了一段日子,鲁迅又去理发,理发师见状大喜,立即拿出全部看家本领,满脸写着谦恭,“慢工出细活”地理发。不料理毕,鲁迅并没有再显豪爽,而是掏出钱来一个一个地数给理发师,一个子儿也没多给。

理发师大惑:“先生,您上回那样给,今天怎么这样给?”鲁迅笑笑:“您上回马马虎虎地理,我就马马虎虎地给;这回您认真地理,我就认真地给。”理发师听了大窘。

(据“世界名著每日读”微信公众号)



幽默故事

她与丈夫在大学校园里相识相爱,毕业不久顺理成章地结婚,有了健康可爱的宝宝——她相信自己找到了今生的幸福。可惜,那只是曾经。

幸福的幻灭始于那个不受欢迎的女人的出现,那是丈夫的前女友,在上大学之前,由于前女友母亲的反对,两人已经分手了,前女友按母亲的意思另攀高枝。

可是事情怎么就那么巧呢?那天她和丈夫在超市购物,恰好就遇到了那女人,那女人形容憔悴楚楚可怜,是刚刚离了婚。

事后回想,不知道是自己过于敏感,还是丈夫当时的反应确实失常,反正从那一刻开始,她的幸福迅速土崩瓦



智慧故事

春秋晋景公时期,有一年晋国因为闹饥荒,出现了很多偷盗的人,朝中大臣以及百姓都人心惶惶,于是景公命“神探”郤雍来捉拿盗贼。

郤雍确实有两把刷子,他不需要根据任何线索,只凭一双慧眼,就能在茫茫人海中确认谁是盗贼,且百试不爽。

有人很好奇,问郤雍是根据什么来判定谁是盗贼的。他的理由是:大凡盗贼的眼睛看到一件好物品都有贪色,看到市中之人也会有羞愧之色,更重要的是,只要有人上前询问,对方就十分紧张害怕。

郤雍每天都能抓获盗贼数十人,使得盗贼们人人恐惧。按理说,经过有力有效的抓捕,

不受欢迎的女人

解。尽管丈夫信誓旦旦地向她保证,一切都已成为过去,但她仍然无法放松。她开始留心丈夫的点点滴滴,寻找蛛丝马迹,经常用电话寻踪……

忍无可忍的男人离她而去,从此她严重失眠,并患上了抑郁症。

儿子跟了她,也变得内向、寡言。让她略感欣慰的是儿子学习很好,考上了理想的大学。

给这个家带来欢乐的是儿子的女朋友,一个健康开朗的女孩。有一天,准媳妇陪她逛商场,忽然一个上了年纪的漂亮女人走过来,亲热地搂着女孩,两人说笑个不停。

她心下诧异,与未来的亲家

有一位棋坛高手,每次比赛前,都要看一遍老子的《道德经》。

《道德经》的精髓是“无为”“无欲”。一个“无为”“无欲”之人,一个不求赢之人,怎么可能赢棋呢?

而恰恰相反,此棋手几乎每赛必胜,就连当时日本顶尖围棋高手坂田荣男也不是他的对手。这位棋手就是吴清源。

有记者问吴清源,为什么每次下棋前都要看一遍《道德经》。吴清源说,看一遍《道德经》,是让自己内心平静下来,做到“无为”“无欲”,排除内心“贪”赢的杂念,这样,就能让自己一心下棋,发挥出最高水平。

吴清源告诉记者,自己赢棋的重要原因,就是“不贪”。吴清源“不贪为赢”的下棋之道,对我们不无启示。现实生活中,又有多少人因为贪钱、贪利、贪名,而自毁前程。不贪为赢,不只是为棋之道,更是为人之道。

(摘自《家庭》黄小平/文)



哲理故事

母只见过一面,好像不是这样的呀,而且,肯定没这个女人漂亮。看她们的亲热劲,难道这才是女孩的生母?

搁了好多天,终于忍不住了,装作随便提起的样子:“那天遇到的阿姨是谁啊?”

女孩哈哈一笑说:“她是我爸爸的前女友呀。”

她心一凛:“你妈妈知道不?”女孩又笑答:“怎会不知道,她和我们一家人都相处得很好。她很喜欢我们,就像喜欢她自己的孩子。”

她听后恍然大悟,对于这种本应“不受欢迎的女人”,不见得非得相处融洽,但至少不能让她左右自己的心境。

(摘自《今晚报》莫小米/文)

以智对智,就如用石块压草,草还会从缝隙中再长出来。若以暴制暴,就像用一块石头击打另一块石头一样,两块石头可能都会打碎。所以,最好的办法是教化民心,这样,偷盗现象就会自然消除。”

晋景公于是召来士会,命他处理盗贼一事。士会还是按照郤雍的方法捉拿盗贼,但却没有用相同的方法惩治盗贼。而是对盗贼晓之以理,动之以情,进行礼义、向善等相关教化。一段时间后,果然新的盗贼不再出现,而少数恶贯满盈的盗贼也无处藏身,便纷纷逃往他处,此后晋国几乎无一盗贼。

(摘自《思维与智慧》袁则明/文)



典藏故事

破解谣言:螃蟹上的“针眼”可不是注水孔

又到了“吃螃蟹”的季节,但有些人发现自己买来的螃蟹上存在“针眼”,也引发了网络热议,甚至有人怀疑螃蟹是被注水、注胶或者打了兴奋剂。日前,多部门发布“科学”流言榜,澄清日常科学误区。

专家指出,螃蟹壳坚硬,难以穿透,注射液体会导致螃蟹死亡。螃蟹身上的小孔是自然生长过程中的正常现象,或因捕捞、运输中的外力作用

产生。蟹膏和蟹黄也无法通过注水或注胶冒充,且注射激素或兴奋剂会破坏水质,导致螃蟹死亡。

除此之外,关于反季节果蔬使用大量农药的传言也被澄清。专家表示,反季节果蔬种植技术主要依赖科学农业手段,如生物防治、物理防治等,农药使用更少。科学使用农药是农业生产的必要环节,合规合理用药不会对人体造

成危害。

流言榜还澄清了葡萄白霜是农药残留的谣言。葡萄表面的白霜是水果自身产生的果粉,无毒且具有营养价值。农药残留的白霜分布不均匀,与天然果粉有明显区别。同时“科学”流言榜提醒,酸奶中的益生菌并非越多越好,过度摄入可能扰乱肠道环境。

(据央视新闻)

小心免打孔单杠成移动“绞架”

近年来,家用室内单杠因其便捷性受到健身爱好者的青睐,特别是“免打孔安装,家中健身”的广告语吸引了大批消费者。在电商平台上,

免打孔单杠价格亲民,月销量过万,商家宣传其不伤墙面且能帮助孩子增高,引发家长购买热潮。安装过程简单快捷,多需几分钟,且能纠正弯腰驼背等问题。

然而,商家宣传中对于安装位置的提示较为模糊,部分商家未明确告知哪些区域不能安装,导致消费者在使用过程中遇到安全隐患。例如,有消费者反映单杠虽宣传能承受重压,但实际使用时却出现下滑、脱落现象,原因在于安装时未能保持平衡,而商家对于如何避免此类问题的指导不足。

健身指导员王博指出,家用单杠作为力量训练器械,能够锻炼背部、肩部、腹部和手臂肌肉,但商家宣传

的增高效果缺乏科学依据。对于无健身基础的人群,家中锻炼可能因动作不规范导致受伤。因此,消费者在选择单杠时,应量力而行,根据自身及家人情况挑选合适的器材,并谨慎安装使用,防止掉落。在安装过程中,尽量确保单杠平衡,必要时可寻求专业人员帮助,以确保健身安全有效。

有人也呼吁,针对居家健身器材网络销售市场,相关部门应拿出更细致的管理规范,取缔一批质量不达标的劣势健身器材。要求电商商家必须在销售页面提供细致全面的器材安装方法,事先对不同地面、墙面、家具摆放环境提出使用说明。在消费者购买到货后,主动回访调查,指导消费者正确合理使用健身器材,务必尽到安全提醒的义务。

(综合红网、光明网)

商品“身份证”从“一维码”升级到“二维码”

近日,市场监管总局在杭州召开的专题发布会上透露,我国正在积极推进商品“身份证”的升级工作。商品条码,作为商品的唯一身份标识,通常由13位数字组成,被形象地称为商品的“身份证”。

随着数字化转型的加速,消费者对供应链可视化、产品追溯和消费者安全等方面的需求日益迫切。全球各行各业致力于通过快速、精准、全面地展示商品数据信息来提升消费者的购物体验,二维码因其强大的数据载量成为企业的首选。在此背景下,国际

物品编码组织(GSI)于2020年底提出了“全球二维码迁移计划”,旨在2027年底前在全球范围内实现从一维条码向二维码的迁移升级,实现商品二维码的识读、解析等功能,解决信息不一致、不统一的问题,实现“一物一码”“一码到底”,降低流通成本,提高经济运行效率。

目前,已有包括中国在内的100多个国家和地区参与并推进该计划,全球二维码呈加速发展态势。中国物品编码中心已为超过56万家企业、1900多万种商品成功

发放了“二代身份证”,商品二维码工作走在世界前列。

在我国,商品二维码的应用主要覆盖零售、食品、医药、化妆品等热门领域。通过国际统一的二维码标准,可以提升商品数据的全面性、准确性和可追溯性。上海、广东、江苏、浙江、福建等地的商品二维码换发量约占60%。目前,基于统一编码标准的商品数据采集总量已突破2亿种,覆盖了九成以上的热点商品,为政府部门提供了数据资源服务。

(据中国科技网)



1958年中国第一台电视机

我们常常见到的事物,其形状似乎已成定论,比如电视机为何多为方形而非其他形状?这一疑问或许曾困扰过不少人。尽管有人提出三角形或圆形等设想,但这些看似随性的想法在实际应用中往往面临诸多挑战。

追溯历史,早期的电视机并非方形。1958年中国首台电视机为圆形,而1970年的彩电屏幕也是两边半圆。然而,随着时间的推移,电视屏幕逐渐统一为方形。这一转变的背后,实则蕴含着人类视觉习惯与技术发展的双重考量。

人的双眼视野基本框定在一个矩形范围内,方形屏幕更符合这一特点。此外,书籍、电影等视觉媒介也多为方形,这进一步强化了我们的视觉习惯。从技术层面来看,方形屏幕能够最大程度利用胶片,且在阴极射线管成像时代,矩形画面控制起来更为方便。因为电子束由垂直和水平两个磁场/电场控制,输入信号的矩形画面最为简单,而圆形则可能导致扫描时间浪费。

因此,电视机之所以多为方形,既是为了适应人类的视觉习惯,也是基于技术实现的便捷性。这一设计并非随意而为,而是历经时间考验与技术演进的结果。

(据科普中国)

为什么电视机多为方形,而不是其他形状