

展示新风尚 弘扬好家风

武强县举办婆媳互夸大赛

本报讯(记者孔颖)“我婆婆帮我们照顾孩子,我们才能全身心地拼搏事业。”“我儿媳跟我闺女似的,特别惦记我们老两口。”……近日,由武强县县委宣传部、县委社工部、县总工会、县妇联联合主办的以“移风易俗新风尚 婆媳互夸话温情”为主题的婆媳互夸大赛在县融媒体中心综艺演播厅温情开赛。

比赛现场,10组参赛婆媳以朴实真挚的语言讲述生活点滴。有的儿媳哽咽回忆婆婆深夜照料生病孙辈的细节,有的婆婆笑谈儿媳为全家学做家乡菜的暖心故事。参赛者或牵手登台,或拥抱落泪,真挚情感感染全场。选手们通过情景演绎、现场问答等形式升级比拼,不时博得现场阵阵掌声。互夸过程中,一个个好婆婆、好儿媳的形象不断呈现:好婆婆几十年如一日操持家务,任劳任怨照顾一家老小;好儿媳勤俭持家,孝敬公婆,毫无怨言……她们用平凡语言讲述着孝老爱亲、忠孝仁义的家风故事,处处流露着温情和暖意,启迪和感染着现场的每一个人。

好的婆媳关系源于好家风,好家风支撑起全社会的好风气。本次婆媳互夸活动为婆媳之间搭建了一个好的沟通平台,营造了积极向上的家庭环境,弘扬了新时代文明家风,让家庭更温暖、社区更文明、社会更和谐。大赛评委从语言表达、情感深度、互动默契等维度综合打分,最终评出各个奖项。

据了解,本次大赛通过武强县融媒体中心多平台传播,累计覆盖受众



↑参赛选手正在认真准备。

→活动现场,婆媳深情拥抱。
孔颖 摄

超2万人次。武强县妇联相关负责人表示,该活动旨在通过婆媳互诉真情、互表心意的创新形式,以“小切口”展现“大文明”,弘扬孝老爱亲传统美德,努力构建一个个温馨、和

谐、美满的家庭,促进文明乡风、淳朴民风蔚然成风,推动全县精神文明建设向纵深发展。



体验消费兴起,人们更愿为“感觉”买单吗

新华社记者 谢希瑶

12天游三省,“慢游”烂漫春日!不久前,2025年京津冀地区首趟银发旅游列车,满载400多名京津冀游客开启美好旅程。今年以来,铁路系统大力增开“银发专列”,一些热门线路甚至一座难求。

眼下,脱口秀、演唱会、舞台剧持续升温,急救培训、AI课程、厨艺缝纫等“夜校”成上班族新宠……人们更愿意为身心体验花钱,向悦己健康付费、给兴趣爱好买单,正是体验消费兴起的生动写照。

政府工作报告提出,释放多样化、差异化消费潜力,推动消费提质升级。其中,“扩大健康、养老、助残、托幼、家政等多元化服务供给”“创新和丰富消费场景,加快数字、绿色、智能等新型消费发展”等多项举措,为体验消费拓宽了路径。

一段时间以来,我国内需不足,特别是消费不振。与此同时,以体验消费为代表的消费潮流,正在成为消费新增增长点。

体验消费,相比传统的商品消费,更加注重消费过程中的感受和体验,更加注重情感满足。这一消费潮流的兴起,顺应消费新趋势,激活消费新动力,有望成为提振内需新的发力点。

“体验”打头,是否意味着人们更

愿为“感觉”买单?

消费不是无源之水、无本之木。体验消费也并非虚无缥缈的感觉。在体验消费中,消费是一个过程,基础和载体仍然是服务与商品。不同的是,这些商品与服务除了实用价值,还凝聚了文化品质、审美内涵、情绪满足等体验价值。

体验消费背后,是一场深刻的消费转型。

记者发现,身边的年轻人热衷于囤优惠券点外卖、网购淘“平替”,中年人消费更趋理性、精打细算过日子,实则将省下的钱更多投向个人成长、子女教育。

人们看似分化的消费行为,更加印证了这一趋势:随着我国人均GDP不断攀升,人们的消费需求已从“有没有”转向“好不好”,从商品消费为主转向商品和服务消费并重,更加注重精神和文化需求,进而对消费供给提出更高要求。

打造独特的消费者体验,关键是以人为本。

定制旅行、私厨上门、个性化健身,针对多元需求开展私人定制服务;以旧换新,顺应更绿色、更智能、更健康的生活方式;商超百货进行适老、育婴适娃、宠物托管等场景化改造……

虽然不同群体消费形式不一,但

对于被尊重、被关爱、被理解的消费诉求是一致的。越来越多品牌和商家选择沉下去挖掘细分市场消费需求,立起来引领更具人文内涵的价值导向,致力于提供更有温度的商品与服务。

体验是“加分项”,品质和创新则是“必选项”,优质的内容和过硬的产品仍是基石。

体验感固然重要,但消费者不会因为“感觉”而忽视产品的实际用途。比如,购买智能手机,设计和用户体验很重要,但过硬的性能和功能同样关键。《哪吒2》爆火的背后,是4000余人主创、制作成本超5亿元的精神打磨。

当前,各地因地制宜发展新质生产力,做大做强先进制造业,积极发展现代服务业;更多企业加大技术创新投入,优化关键生产设备、工艺水平;更多行业通过数实融合,撬动质量变革,创新消费场景……千行百业正加快转型升级,以高水平供给提升商品质量、改善客户体验。

也要看到,当前消费环境仍有短板,人们花钱尚有顾虑。

卡里钱没用完,店家跑路了;买了视频网站会员,想看的节目必须再花钱升级权限;套路老年人消费,虚假、夸大宣传保健品疗效……凡此

种种,都会为消费者的体验蒙上阴影。

体验消费的场景种类繁多,也面临涉及领域宽泛、标准难以量化、维权更为复杂等挑战,需加快脚步打造与之相匹配的监管模式,为体验消费健康发展保驾护航,让消费者远离“情绪陷阱”“低价诱惑”与“品质焦虑”。

破除堵点难点痛点,才能更大范围提升消费者的获得感。

中办、国办近日印发《提振消费专项行动方案》,市场监管总局等5部门联合印发《优化消费环境三年行动方案(2025—2027年)》;加快统一大市场建设,促进商品服务、要素资源自由流动;扩大高水平对外开放,持续营造市场化、法治化、国际化一流营商环境……一系列举措为优化市场环境按下“加速键”。

体验消费的兴起,印证中国消费市场提质扩容的广阔天地。

新的市场空间还在不断拓展,好的消费体验需要市场和政府“两只手”共同创造、共同呵护。只有不断提供高质量的产品、高品质的服务、高标准的环境,才能让消费者敢消费、愿消费、乐消费,创造可持续的体验价值,激活消费一池春水。

(据新华社)

2025年全国群众体育工作会议23日在无锡江阴召开。会议期间公布的一组数据从场地设施、赛事活动、科学健身指导等方面全面直观反映了过去一年中我国全民健身工作的发展与成效。

身边场地设施激发健身热情

过去一年,我国体育场地设施在普及和均等化方面取得重要进展。截至2024年底,全国共有体育场地484.17万个,体育场地面积42.3亿平方米,人均体育场地面积3.0平方米。

数据显示,2024年国家体育总局支持地方建设小型健身中心、小型体育公园、群众滑冰场、县级多功能运动场以及维修、改造、更新行政村农民体育健身工程健身器材等项目共计6719个;下达中央公共文化服务体系专项建设资金,实施全民健身场地器材补短板乡镇(街道)项目,支持全国1000个没有配建全民健身场地器材的乡镇(街道)补齐短板;会同财政部安排财政资金支持公共体育场馆免费或低收费开放,补助3050个场馆,覆盖全国约1600个县级行政区域,场馆核心区免费或低收费开放场地面积超过2500万平方米,受益人次超过5亿。

此外,截至2024年底,“十四五”期间建成并投入使用的体育公园超过1300个,提前完成规划目标。“国球进社区”“国球进公园”活动累计覆盖公园1363个、社区9618个,配建乒乓球台23408张,配建其他健身器材25088(套)件。各地利用“国球两进”活动配建的器材设施全年共举办全民健身赛事活动14024场次,吸引参与人次超过130万。“国球两进”公益品牌活动开展走进河南洛阳、新疆伊犁,现场开展国民体质检测、体育志愿服务等活动,向社区群众传播体育文化,激发健身热情。

丰富赛事活动展现运动风采

过去一年,丰富多彩的全民健身赛事活动在全国各地、全年四季广泛开展,“3-8-3-1”全民健身赛事活动框架初步形成。

第十四届全国冬季运动会群众比赛、第十五届全运会群众赛事活动、第一届全国全民健身大赛依托三大运动会为全民健身爱好者搭建了全国性的风采展示平台,其中第一届全国全民健身大赛设置7个赛区及总决赛,开展赛事活动6000余个,直接参赛人数超过200万。元旦新年登高、全民健身日、农民丰收节、大众冰雪季等8个全国性全民健身主题活动贯穿全年。“三大球”群众赛事活动、群众冰雪季赛事活动、各人群体协及行业体协举办的赛事活动重点突出、覆盖全面,充分发挥体育的多元功能价值。2024年全国健身线上运动会累计上线80余个赛事活动,直接参赛人数达2182万余人,以“互联网+”思维提升全民健身公共服务水平,持续为群众提供线上展示、交流和互动的平台。

2024年,通过全民健身信息服务平台上传的社区运动会等群众身边的赛事活动约31.7万个,活动参与人数超5327万。全年全国国家体育锻炼标准达标活动累计参与超125万人次,发放证书量近113万份,总体达标率89.89%。

科学健身指导促进健康转化

全民健身向全民健康转化离不开科学健身指导。2024年,常态化国民体质监测首次覆盖全国31个省份,通过375个常态化监测站点,累计提供33.19万人次的体质检测与科学健身指导服务。国家体育总局科研所、运医所、气功中心、社体中心等单位深入乡镇、社区、企业、机关、学校开展科学健身指导走基层送健康活动、科普活动等近150场,直接受益人群3万多人。

群众身边的社会体育指导员是引领科学健身的重要力量。过去一年中,社会体育指导员的队伍继续壮大。截至2024年底,全国累计拥有社会体育指导员约371万人,每千人拥有社会体育指导员约2.63人。“万村女性社会体育指导员培训计划”持续开展,2024年为2.6万多个行政村培养了超6.5万名农村女性社会体育指导员。

此外,2024年“奋进新征程 运动促健康”全民健身志愿服务活动开展7700余场,全国范围内开展的各类全民健身志愿服务活动总计超过1.3万场,28.9万人次志愿者参与全民健身志愿服务。全民健身志愿服务优秀案例征集活动连续第四年开展,评选出50个全民健身志愿服务优秀案例,为各地常态化开展志愿服务,带动引导人民群众积极参与科学健身提供了有益经验和有效借鉴。

注意这些“警报” 别让你的肾“负重前行”

肾脏病有“沉默的杀手”之称,由于疾病信号不明显,人们很容易忽视这个器官。身体出现什么样的异常是肾脏在“报警”?记者采访了有关专家。

由于一些肾脏病临床症状并不明显,患者很少感到不适,肾脏病往往呈现患病率高、知晓率低的特点。沈阳市第五人民医院肾内科主任王岩表示,不少人发现自己患有肾脏病时,往往已病得较重。

晨尿泡沫久久不散、双腿按压后留下“小坑”、常常感到无缘由的疲倦……专家提示,这些都可能是肾脏在拉响“警报”。“一旦发现自己出现严重水肿伴呼吸困难,或者尿血、突发无尿、突发剧烈腰痛伴发热等症状时,应立即到专业医院就诊,通过尿常规等检查进行排查,系统检

查肾脏相关疾病。”王岩说。

除了上述预警信号,专家认为,患糖尿病、高血压、心血管疾病、肥胖、有肾脏病家族史的高风险人群;有过急性肾损伤、妊娠相关肾病、低出生体重或早产、尿路梗阻、反复肾结石等其他风险因素的人群,也应警惕肾脏疾病的发生。

生活中如何科学护肾?沈阳医学院附属中心医院肾内科主任医师郑华强调,日常生活中,人们要注意用药安全,避免长期使用布洛芬等非甾体抗炎药。“在饮食上,可以优先选择牛奶、鸡蛋、瘦肉等优质蛋白饮食,适量饮水,保持规律作息。肾功能异常者需限制摄入高磷食物,减少摄入高钾食物;通过定期体检,尽早发现肾脏疾病及不利因素,做到早预防、早治疗。”郑华说。(据新华社)

别让老年人一边上网一边上当

新华社记者 陈一帆

利用AI换脸拟声技术,冒充名人或亲戚实施诈骗;在直播间里尬演卖惨,实则推销劣质保健品;通过算法推送诱导微短剧,诱导开通自动扣费……当前,随着老年人“触网”程度加深,各类新式“坑老”骗局层出不穷,且手段不断升级,更加隐蔽和精准化,让老年人防不胜防。

今年全国两会期间,多位代表委员围绕涉老新型网络消费陷阱等话题建言献策;政府工作报告和两高报告也将加强老年群体权益保障工作置于重要位置。

老年人是网络社会的后来者。在数字化浪潮下,老年群体作为反诈的薄弱环节,需要全社会给予引导和帮助,构建安全友好的网络环境,让“数字鸿沟”变为“护老屏障”。

打击“坑老”骗局,需要依靠制度治理的刚性。应完善老年人权益保障法等法律法规,针对新型骗局增设相应条款,明确责任主体,认定标准、处罚措施等。要对涉老诈骗“新马甲”精准发力,增强对“坑老”犯罪的惩治力度。

此外,网络平台应在产品设计和流程上充分考虑老年群体的特殊需求,优化内容审核和推送机制,加强风险提示、操作引导,让科技更拥有有人文关怀和社会责任。

不少老年人被骗,根源在于情感需求的缺失。要丰富老年人的精神生活,帮助他们建立健康社交。子女更要多和父母交流,常回家看看。温情相伴,才是老年人最好的反诈良方。

学生们举哑铃进行力量训练,跟着节拍器有氧慢跑,心率水平受到实时监测……这是中国农业大学减脂课的场景。

2022年以来,中国农业大学体育教学部针对肥胖大学生(即体重指数BMI大于等于28),开设了以减脂为目的的身体运动功能课和健身俱乐部课。该系列减脂课程由中国农业大学与北京体育大学中国运动与健康研究院的科研团队合作开展,通过评估学生体能测试和身体指标检测结果,制定科学合理的减脂方案,每周安排三次课堂督导训练和三次课外自主训练,帮助学生减脂强体。

自2024年6月开始,国家卫健委会同多部门联合启动为期三年的“体重管理年”活动。今年全国两会期间,“体重管理”成为全民关注的热点。目前,有越来越多的高校积极响应号召,将体重管理融入体育教学与校园生活,为大学生营造健康生活的环境。

图为近日在中国农业大学东校区,减脂课教师刘莹(左二)指导学生进行力量训练。新华社记者 陈钟昊 摄

