



今日关注

天天观点

消除成长“困惑”，共同守护“康乃馨”

——聚焦关爱青春期女生健康公益行动

□ 中国妇女报全媒体记者 林志文

“百晓2024年康乃馨健康计划志愿者招募开始啦。”“加入我们一起到乡村学校给孩子们上课。”新年伊始，新一期为偏远地区学生进行青春期生理卫生教育的“康乃馨健康计划”也宣告启动。

“康乃馨健康计划”项目是由漫画家小林(林帝浣)发起并主要资助，由广东省百晓教育基金会负责具体策划和执行。

过去一年，“康乃馨健康计划”主要在四川省凉山布拖县对青春期的初中生进行青春期生理卫生教育，共开展线下活动9次，覆盖21所学校，3337名女生。自2019年春季开始，康乃馨健康课堂已开展52场次，覆盖四川布拖、冕宁、峨边、绵阳以及广东乐昌、揭西等地区学校，受益学生人数20947人，志愿者累计实地参与授课活动达106人次。

随着“康乃馨健康计划”的模式越来越被认可，更多人员和资源也汇聚而来。小林近日接受中国妇女报全媒体记者采访时表示，希望能在更高的层面推广这项工作，能有更多的部门、机构、人士参与进来，让更多的学生可以从中受益，共同守护“康乃馨”。

一项关爱女生健康的公益行动

小林老师是一位漫画家，同时也是医学专业出身。在小林的提议下，“康乃馨健康计划”开始实施。2013年，在广东省民政厅注册为非公募基金会的广东省百晓教育基金会成为“康乃馨健康计划”项目的执行机构。广东省百晓教育基金会秘书长钟雪飞说：“康乃馨”本身包含女性和母亲的隐喻，因此我们以“康乃馨健康计划”为名，就是以服务广大山区女生的青春期生理卫生教育为目的。”

2019年2月，经反复论证与调研，启文教育基金会和百晓教育基金会决定联合发起“大凉山康乃馨女性健康公益计划”，为当地女童提供女性健康教育、医疗义诊、心理成长关爱等公益服务。2019年4月21—26日，由启文教育基金会和百晓教育基金会策划，中山大学孙逸仙纪念医院支持，“大凉山康乃馨女性健康公益计划”志愿者一行13人，深入大凉山布拖县乐安乡中心校、交际河中学、大田坝小学、乌依乡中心校，为4所学校超过1200名女生带去人手一份的健康包，并在各学校开展生理卫生健康课程。

“谢谢老师给我们讲课。”“感谢你们给我们讲的关于青春期的知识，让我们更了解自己。”“学到了很多关于青春期的内容，让我更加了解自己的身体，更好地保护自己。”……从女生们的留言可以看出，生理卫生健康课程备受欢迎。

据介绍，每一次康乃馨健康课堂走进学校，都会收到学生们热情的回复。钟雪飞介绍：“在山区的生活水平逐步提升的同时，我们能够做一些拾遗补阙的工作，并且真正让女生们受益，她们自信的表情是对



“康乃馨健康计划”志愿者为山区学生送上一堂有温度的女性健康课程。



由小林等“康乃馨健康计划”参与者编著的《做女孩，超自在——青春期女生健康悄悄话》一书已于2021年出版面世。

我们最好的奖励，这是特别有意义的作品。”

从大凉山返程后，小林马不停蹄地筹备举办“水墨成蹊”小林香港水墨画展，为“康乃馨健康计划”下一学期经费进行筹款。

一个行之有效的“三个一”模式

2021年8月，一本筹备已久的新书

《做女孩，超自在——青春期女生健康悄悄话》由广东省卫生健康宣传教育中心出品面世。小林告诉记者，书的缘起，就是小林和百晓公益小伙伴们在大凉山布拖县执行了3年的康乃馨公益活动，参与该书编纂的都是实地参加过“康乃馨健康计划”的志愿者。

据介绍，该书以青春期生理和心理健康知识为主体，配以实地课程而得的教学经验，解答青春期女生最关注和容易忽略的健康疑问。配图是精心挑选的小林漫画，以求活泼和易懂。对于常困扰同学们的学业压力、成长压力、校园欺凌和暴力、自我保护等问题，专家团队数易其稿，努力提出最科学和稳妥的解答。书的后半部分则是“康乃馨健康计划”执行过程中，课堂上女生们提出的最常见问题的解答汇总。

“衷心希望‘康乃馨健康计划’能够真正帮助到大凉山布拖县的乡村女孩们，帮助到所有的青春期女生。此书的所有版权收入，都会捐作乡村女童健康公益使用。”小林说。

2022年8月，第七届“中国科普作家协会优秀科普作品奖”获奖名单公布，《做女孩，超自在——青春期女生健康悄悄话》榜上有名，获得科普图书类银奖。

该书也成为“康乃馨健康计划”项目工作模式的有效组成部分。钟雪飞介绍：“我们之前的工作，总结出来是‘三个一’的模式，即‘一个包，一堂课，一本书’。‘一个包’，指的是一个包含了卫生巾、肥皂、指甲钳、梳子等实用物品的小包，是从实际使用的角度来解决学生们的健康和卫生问题；‘一堂课’，指的是一堂面对面的专业青春期卫生课，之前仅

针对女生，现在开始尝试男女合班。这节课不仅有专业知识的输出，还包括了学生与教师的提问回答，是从知识的传授和知识的‘正确性’上来传达的；‘一本书’，特指《做女孩，超自在——青春期女生健康悄悄话》一书。”

钟雪飞告诉记者，经过5年的探索和实践证实，“三个一”的模式对于山区的青春期教育是行之有效的。“学校现在非常认同‘康乃馨’这种模式。而且在执行的过程中，我们也确实看到了学生的实际变化。”

一条持续探索的公益道路

从2018年进行充分准备到2019年初开始正式实施，从广东到大凉山山区以及更多的山村学校，“康乃馨健康计划”这条公益道路已经走过了5年多的时间。

钟雪飞告诉记者，“康乃馨健康计划”实施以来，物资和资金都受到了社会各方面的帮助。资金是由小林老师进行画作的义卖，筹集到资金后100%赞助用于“康乃馨健康计划”。5年来，送给乡村学校女生的卫生巾也全部是由专业品牌提供的，保证了项目卫生用品的质量和安

在这5年的时间里，这个项目不断发生变化，主办方也在根据实际情况逐步进行完善。钟雪飞表示，在接下来的一年，会继续调整男女合班的授课方式，磨合讲师的教学方法，打造优质的课件和课程。“我们希望能有更多的专业人士参与进来，包括实际的课程、教具和教学方式的改进，教材的科学编撰。不仅针对课堂上的学生，也针对老师的培训提升，这是我们现阶段最期待的事情。”

记者在采访中了解到，青春期健康教育校园公益项目近年来也在全国更大范围内以不同的方式实施。

2021年11月19日，由中国儿童少年基金会主办、广东省妇女儿童基金会承办的“女生不简单”青春期健康教育校园公益项目在广州白云广雅实验学校启动，并在全国各地全面开展。该项目以青春期健康教育为切入点，搭建线上和线下平台，为青春期女生和其家庭提供公益支持，主要服务内容包括免费发放“女生不简单”爱心包；面向学校老师、校医开展师资培训；组织项目专家进校园，面向学生、校医、家长开展科普课堂等。启动仪式上，小林老师作为该项目的特聘专家向女生们赠送了装有《做女孩，超自在——青春期女生健康悄悄话》一书的爱心包。

据“女生不简单”青春期健康教育校园公益项目在广东省部分学校的执行方负责人袁微介绍，未来还将持续开展健康科普、公益帮扶、社会实践等活动，帮助她们消除成长过程中的困惑，树立自尊、自信、自立、自强的理念，从而快乐地度过青春期。

小林和钟雪飞都乐见有越来越多的人参与这项工作。“我们愿意一步一个脚印扎扎实实地做好这件事情，桃李不言，下自成蹊”，也希望遇到更多乐于奉献在这份美好事业上的同路人。”

明星自创品牌要流量更要质量

□ 王琦

近日，上海市市场监管局通报21批次监督抽查不合格秋冬服装，其中，有某明星创立的服装品牌牛仔外套pH值与国家强制性标准要求不符。因产品质量问题被市场监管局通报，这无疑对那些只顾赚钱而忽视产品质量的明星敲响了警钟。

明星作为公众人物，其言行举止都会受到广泛关注，他们创立的品牌，往往也会因为其个人的影响力而备受瞩目。这本是一种双赢的局面：明星通过品牌拓展自己的事业领域，增加收入来源；而消费者则因为对明星的喜爱和信任，愿意为其品牌买单。然而，这种基于个人魅力和信任的消费关系，也更容易因为产品质量问题而引发危机。

明星自创品牌，本无可厚非。但既然是品牌，就应该遵循市场规则，重视产品质量。流量和关注度可以带来一时的繁荣，但只有高质量的产品和服务才能赢得消费者的长久信任。明星作为品牌的创始人和代言人，更应该以身作则，严格把控产品质量，维护品牌形象。

从长远来看，明星自创品牌要想在激烈的市场竞争中立足，就必须摒弃短视的赚钱思维，转而注重品牌的内涵建设和质量提升，只有这样，才能赢得消费者的心，实现品牌的可持续发展。

对于消费者而言，也应该保持理性消费的观念。不要因为对明星的喜爱而盲目购买其产品，更应该关注产品的质量和性价比，只有这样，才能形成健康、理性的消费环境，促使明星自创品牌更加重视产品质量和消费者体验。

明星自创品牌是一种趋势，也是一个挑战。在这个过程中，明星们需要平衡好流量和质量的关系，确保品牌的长久发展，只有这样，才能真正实现明星价值和商业价值的双赢。希望更多明星能够从这次事件中吸取教训，真正做到对消费者负责，对品牌负责，对自己负责。

新闻壹段评

整治拒收现金 保障群众支付权益

随着电子支付的发展，拒收现金现象时有发生。记者近日获悉，从2023年10月起，中国人民银行开展了为期半年的专项整治工作，如果消费者遇到拒收现金行为，可以明确告知对方拒收现金的行为违法，并且可以保留相关视频、音频证据，向中国人民银行当地分支机构投诉举报。

拒收现金的行为不仅损害了消费者的选择权，也潜在加剧了数字鸿沟。对于那些不熟悉或无法使用数字支付工具的弱势群体来说，拒收现金无疑是将他们拒之门外。对此，有关部门应加强对拒收现金行为的监管和处罚力度，同时，完善支付基础设施建设，为特殊人群提供更多样化的支付方式选项。

别让小学生手工作业成为家长负担

近年来，在鼓励素质教育、推进“双减”的大背景下，学前教育、中小学作业形式日益多元化，其中，手工类作业占比攀升，有些难度还不低。孩子完不成的，自然变成了家长的“作业”，而时间精力有限的家长，为了完成任务，则选择了“外包”。在电商平台，“手工作业代做”已经成为一门生意。据报道，眼下，正值寒假，“代做生意”又火了起来。

手工作业是锻炼小学生动手能力、培养创新思维的重要途径。代做手工作业，阻碍了孩子通过实际操作来感知世界、认识事物的过程，容易滋生孩子的虚荣心和欺骗行为。要解决这一问题，家长要转变教育观念，鼓励孩子独立完成作业，教育工作者要确保手作业的难度和量度适中，为孩子的健康成长创造良好环境。

公众人物应以谨慎言行坚守正确导向

2月4日下午，某脱口秀演员疑似轻生引发关注。据悉，该脱口秀演员后续被找到，并无生命危险，不过他的一条回应在网络引发热议。他表示，“我发现头孢喝酒根本死不了，除了胃有点不舒服，什么事没有。”随后，该脱口秀演员再次发文为自己的不成熟致歉。2月5日，中国互联网联合辟谣平台提醒公众，“头孢就酒，说走就走”并非儿戏，请不要以身冒险。

头孢类药物是一种常用的抗生素，涉及公众的健康安全，对于这类药物的讨论应该慎重之又慎重。公众人物拥有影响力和话语权，对于涉及公众健康、安全等话题，更应持谨慎和敬畏之心，不能为了追求关注而牺牲真相和事实。有关平台也应明确公众人物发表错误言论后的问责处理措施，维护健康的舆论环境。

高速免费放行是有效的“因时施策”

据湖北省交通运输厅消息，针对近日湖北省境内G4京港澳、G45大广和G55二广高速公路等部分路段，因恶劣天气造成车辆拥堵严重的情况，决定于5日20时至6日12时，对从指定的70个收费站驶出高速公路的所有车辆实施免费放行。

湖北免费放行政策的举措，是对人民群众出行需求的高度关注和有效回应。在恶劣天气条件下，政府及时调整政策，为驾驶人带来了实实在在的便利，减轻了他们的经济负担，体现了政府对人民群众生命财产安全的高度重视，实现政府与人民群众的良好互动。

孔一涵 整理点评

市场如何保供？怎样促进节日消费？

——多部门解读春节促消费相关举措

□ 新华社记者 魏弘毅

春节是传统的消费旺季。在6日举行的国新办新闻发布会上，商务部、文化和旅游部、国家体育总局等多部门围绕保障春节市场供应、促进节日消费等介绍相关情况并答记者问。

节前全国消费市场平稳有序

商务部副部长盛秋平介绍，龙年春节来临之际，各级商务部门持续完善各项举措，加强节日期间民生商品的产销保供。总体来看，节前消费市场运行呈现出如下三个特征：

供应足。各地大型农副产品批发市场粮油肉蛋奶果蔬等生活必需品库存充足，重点批发市场、超市生活必需品备货量比平时增加10%至30%。主要电商平台春节期间均持续提供配送服务。

价格稳。2月5日相关统计数据表明，全国百家大型农副产品批发市场粮食、食用油、牛羊肉平均批发价格2月初以来保持稳定，蔬菜价格呈现季节性上涨。

销售旺。随着年味渐浓，各大商场、超市、线上平台均迎来销售高峰。1月下旬，商务部重点监测零售企业销售额环比增长19.9%。1月份，重点监测电商平台销售额同比增长20%。

确保节日市场供应不脱销、不断档是市场保供稳价的重点。在加强生活必需品保供

- 各级商务部门持续完善各项举措，加强节日期间民生商品的产销保供，总体来看，节前消费市场运行呈现出“供应足、价格稳、销售旺”三个特征
- 随着百姓生活方式的变化，我国消费市场呈现出诸多新特点，主要包括更加追求绿色健康、更加凸显个性多样、更加彰显文化特色、更加青睐科技智能等四个方面
- 针对2024年元旦以来文化和旅游消费持续火热的现象，要坚持供需两端发力，扩大优质产品供给满足群众消费需求，夯实文化和旅游政策制度保障体系，提升文旅供给质量和服务水平

多部门出台春节促消费举措

随着百姓生活方式的变化，我国消费市场呈现出诸多新特点。徐兴锋表示，这些特点主要包括更加追求绿色健康、更加凸显个性多样、更加彰显文化特色、更加青睐科技智能等四个方面。

基于这些特点，多部门纷纷推出有针对性的推动消费相关举措——

商务部推动城乡市场联动、线上线下联动，会同多部门共同举办网上年货节、“游购乡

村欢乐大集”等活动，组织展销促销、乡村旅游、技艺展示、文化传播等系列活动，围绕数字、绿色、健康等新型消费开展系列主题活动。

文化和旅游部组织开展“欢欢喜喜过大年”春节主题文化和旅游活动。文化和旅游部产业发展司司长缪湘阳介绍，相关活动包括推出“文艺中国”新春特别节目，联合各地推出系列“村晚”展示项目，推出一系列研学旅游的特色课程、精品线路和主题活动等，让节日更喜庆、更欢快。

国家体育总局体育经济司负责人王小朋介绍，国家体育总局将围绕“绿色健康”的消费特点，通过“户外运动 活力山水”行动计划系列赛事等，在深化商旅文体融合上做足文章。

持续满足百姓消费需求

盛秋平表示，商务部将2024年定为

“消费促进年”。商务部将坚持“政策和活动”双轮驱动，办好系列消费促进活动，推出更多政策举措，推动消费从疫后恢复转向持续扩大。

盛秋平介绍，商务部将做到“季季有主题，月月有活动，周周有场景”，全年举办4大主题活动，开展12场重点活动，包括全国消费促进月、国际消费季等系列活动，优化消费供给、创新消费场景，充分满足老百姓多样化消费需求。

此外，围绕积极培育国货“潮品”消费增长点的目标，商务部将以老字号为重点，组织老字号和新国货企业线上线下融合开展系列活动，促进国货“潮品”消费；同时以步行街为载体，指导各地步行街、商圈、一刻钟便民生活圈等结合消费旺季，因地制宜加强国货“潮品”推广。

王小朋表示，为促进冰雪产业提质增效，满足人民群众多样化消费需求，国家体育总局将以举办高水平赛事、加快提升冰雪服务水平等为抓手，为人民群众参与冰雪运动提供更多更好的优质服务。

针对2024年元旦以来文化和旅游消费持续火热的现象，缪湘阳总结，要坚持供需两端发力，统筹推进一体推进，加强服务型政府建设，坚持主客共享理念。要扩大优质产品供给满足群众消费需求，又要顺应群众消费需求创新产品服务，夯实文化和旅游政策制度保障体系，规范整顿文化和旅游市场秩序，提升文旅供给质量和服务水平。