

今日关注

上海首推“男亲子卫生间”

打造“父婴空间” 引领家庭协作育儿新风尚

□ 中国妇女报全媒体记者 程浏可

出门带娃一定是妈妈的事吗？近日，上海一商场内设置的“男亲子卫生间”引发网友热议，大家将其形象地称为“父婴室”。有爸爸表示：“自己出门带娃要换纸尿裤时不好意思进‘母婴室’，因为写着‘男士禁止入内’，‘父婴室’值得推广。”也有人建议：“就叫‘亲子育婴室’，不必划分性别。”“父婴室”到底有什么功能？使用频率如何？日前，中国妇女报全媒体记者来到“男亲子卫生间”所在的上海长风大悦城一探究竟。

细致划分提供暖心便利

在商场内，记者看到二楼和三楼分别设有亲子卫生间。亲子卫生间空间宽敞，淡粉色和淡蓝色的色彩搭配十分温馨，公共区域里的环形洗手台有着高低区分，方便父母和孩子分别使用，让人感受到亲子友好、儿童友好的氛围。与记者想象中简单地增加了“父婴室”不同，亲子卫生间对区域进行了较为细致的划分——以环形洗手台为中心，周围环绕设置了母婴室、“女亲子卫生间”、儿童卫生间和“男亲子卫生间”，可以说照顾到了不同群体的多样化需求。

负责亲子卫生间维护的工作人员向记者介绍道，女亲子卫生间和男亲子卫生间分别针对妈妈带女宝和爸爸带男宝的情况，里面除了成人马桶外还配有儿童适用的马桶和便池，并设有给小月龄宝宝换尿布的尿布台，尿布台旁有柔肤巾、洗手液等，方便爸爸或妈妈取用。若遇到妈妈带男宝或爸爸带女宝的“尴尬”情形，还可以选择儿童卫生间，家长只需要等候在公共区域，在空间上也更有安全感。

值得一提的是，在母婴室外，记者没有看到“男士止步”的标语，取而代之的是一个正反分别标有“使用中”和“空闲中”的提示牌。工作人员告诉记者，虽然是母婴室，但实际是为有需求的家庭提供较为适宜的空间，并不把男性家庭成员一隔了之，里面有尿布台、软垫、休息椅、洗手水池等设备，方便家庭成员一起照顾宝宝，“母婴室里面设有哺乳室隔间，在那里你



长风大悦城商场内的男亲子卫生间标识牌。

长风大悦城商场内的男亲子卫生间。

程浏可摄

才会看到‘男士止步’的提示牌。”“母婴室”功能细化，“男士止步”换了位置，妈妈不再一个人手忙脚乱，爸爸不再被冰冷地拒之门外，一个小小的改变，打破了性别角色的刻板印象，是社会公共空间对家庭照顾育儿提供的暖心便利。

空间友好打破固有观念

随着家庭结构的多元化和社会观念的变化，越来越多的男士开始承担起照顾孩子的责任。然而在公共场所，母婴室通常

被视为妈妈们的“专属领地”，这让男性家长在照顾孩子时常常感到不便。“父婴室”的出现，可以为男性家长提供一个方便、舒适的照料孩子的空间。

在长风大悦城商场里，主题乐园、体验馆、玩具城等针对亲子群体的商店大小小有近20家。记者观察了二十几分钟，看到包括“男亲子”在内的亲子卫生间不断有孩子和父母进进出出，这一公共资源得到了充分利用。

记者随机采访了几位带娃的爸爸，“方

便”“人性化”是大家对“男亲子卫生间”的普遍感受和评价。

“以往看到的一般是封闭的家庭卫生间，需要‘等位置’，时间长，像这样分开后会方便很多，而且儿童马桶的配比也比较高，很人性化。”带着5岁儿子的市民周先生跟记者分享了他的感受，这是他第一次遇到“男亲子卫生间”，经常带娃出行的他不禁对这个设计“点赞”。

另一位刚在“男亲子卫生间”给宝宝换好纸尿裤的邵先生告诉记者，平时家里是他带娃出门比较多，母婴室“不好进”，遇到突发状况找不到合适的地方是最让他头疼的，因为有“男亲子卫生间”，他带宝宝出门时选择来这个商场的次数都多了。

“除了提供了便利外，给爸爸们提供一个专门的空间和设施用来照顾孩子，这不仅是对他们的尊重，也是对家庭结构中父亲角色的认可。”市民张女士告诉记者。

记者了解到，长风大悦城的“男亲子卫生间”虽然在近期引起广泛关注，但其实早在2018年就正式设立了。“我们对商场进行改造时，便明确要打造成一个儿童友好商场。为实现这一目标，我们在设计过程中充分考虑了亲子家庭的实际需求，设立爸爸带孩子的亲子卫生间正是基于这一定位，旨在解决现实中可能会遇到的尴尬场景，为爸爸带着小孩出行提供更为便利的服务。”长风大悦城相关负责人告诉记者。据介绍，根据目前客流量和顾客使用情况来看，现有的亲子卫生间配置已经能够基本满足日常需求，此外，商场咨询服务平台和现场工作人员都经过相关培训，能够在顾客需要时迅速引导他们前往亲子卫生间。“未来，我们将继续围绕打造‘亲子友好型’商场这一理念，进一步完善亲子服务。”

“商场设立男亲子卫生间，解决了男性家长在公共场所照顾幼儿的难题，也为其他商场和公共场所提供了有益的借鉴和启示。”复旦大学社会学系教授顾晓鸣在接受媒体采访时表示，这充分说明社会关于男性承担育儿抚育的责任和为他们提供方便的意识增强了。

不少家长也表示，“男亲子卫生间”的出现是一个良好的开端。期待未来有更多的商场和公共场所能借鉴长风大悦城的经验，设立“父婴室”等创新设施，为广大家庭提供更加便捷、舒适的育儿环境。

天天观点

□ 何勇

为提高大学生综合素质，目前许多高校采用综合素质测评排名作为大学生评优评先、奖励学金甚至保研资格的重要评判依据，综合素质测评成绩在学业评价中的重要性日益凸显，发挥着越来越重要的作用。

但近年来，一些机构却把大学生综合素质测评当成一门生意来做，以低门槛、高获奖率为噱头，通过收费的方式举办一批含金量低、组织松散的竞赛。这类竞赛在业内被称作“水赛”，参与者只需花几十元报名费、提交简单的作品“走个过场”，即可轻松获奖，有的机构甚至直接出售相关证书。

60元买下“国际竞赛”获奖证书，这样的事情听起来荒诞又讽刺。然而，这却是对“水赛”乱象的真实描述。一些大学生为了获取综合素质测评加分，花钱购买“水赛”获奖证书。这种现象背离了大学生综合素质测评的初衷，不仅无法真正发挥出综合素质测评的功能作用，而且严重破坏了教育公平，侵蚀污染了校园风气。

事实上，“水赛”泛滥，不仅凸显出当下部分大学生对于成功路径的认知偏差，把弄虚作假当成走向成功的捷径，丧失了诚信品质，也揭示出部分高校的大学生综合素质测评评价体系存在漏洞，才让一些有“小心机”的大学生有机可乘、有空可钻。

要让大学生综合素质测评回归教育本质，全社会都应旗帜鲜明地向“水赛”说“不”。一方面，高校应当完善大学生素质测评评价体系，堵住漏洞，列出可以获得加分的官方竞赛清单，明确含金量不高不明的“水赛”获奖证书是废纸，引导大学生自觉抵制“水赛”，多参加能够体现知识和技能的价值的学科竞赛。另一方面，教育主管部门要加强大学生学科竞赛监管，对收费的“水赛”要予以取缔并追究背后举办者的责任，形成有效的市场震慑力。

此外，大学生自身也应树立正确的价值观，将时间和精力投入能够实际提升自我能力的活动中去。毕竟，真正的荣誉和成长，不能靠一张虚假的证书换来，而是需要通过自身不懈努力最终赢得。

挤干水分，莫让大学生综测变“水测”

新闻壹段评

景区禁带食物不如激活消费

“只有他们(景区商家)卖的东西才可以带进去吃，我们自己拿的食物就不能带。”近日，有游客在网络上发布了这样一则视频。视频中，景区工作人员制止了游客带食物上山的行为，称清扫任务重，“每天山上都是鸡爪、瓜子皮”。记者梳理发现，景区能否自带食物之争并非个例。国内多个景区曾以污染环境为由，作出“禁止在景区内冲泡面”等相关规定与倡议，并由此引发争议。

“景区禁止游客自带食品”之类的规定频繁成为社会议题，凸显了公众对景区过度商业化趋势的忧虑。要解决好游客景区自带食物问题，不能只在“管住游客的手”上做文章，更多还应是在破解游客的“心结”上下功夫。无论是景区还是景区商家，都应走出急功近利的短视，深耕游客消费服务，吸引更多游客前往，从消费量中获得利益。

“预售价更贵”是将消费者当“韭菜”

10月14日晚8点，天猫率先推出“双十一”的第一波预售预热活动，比去年提前了10天。与此同时，各大平台的直播主播也同步开启了“双十一”预售活动。然而，不少消费者投诉称，质疑天猫“双十一”预售产品比直接购买更贵、预售结束后立刻降价，“尾款人”变“韭菜人”……

“双十一”预售活动的初衷，本是为消费者提供更为灵活和优惠的购物选择，而如今预售模式却逐渐变质，演变成了一种复杂的购物游戏。商家利用促销活动的优惠规则，有意玩弄文字游戏，将消费者当成了任人宰割的“韭菜”。对此，电商平台应建立更有效的内部监管机制，加强对商家经营行为的监督，对预售欺诈行为及时采取制止措施。市场监管部门应加强监管，一旦发现违法违规或者损害消费者权益的行为，要及时依法查处。

对滥用公众人物声音的AI应用要严管

近日，一些短视频平台涌现了大量某知名企业家吐槽的视频。在视频中，该企业家对堵车、调休、游戏等热门话题进行了调侃和锐评，甚至还有不雅词汇穿插其间，引发网友热议。事实上，那些吐槽视频并非该企业家人发声，而是由网友利用AI软件采集该企业家人原音生成的配音，但逼真的效果让不少人信以为真。

与“肖像权”一样，自然人的声音是一种法定权利，属于其特有的人格权。制作并上传他人AI音频的行为，无论是出于商业目的还是娱乐目的，都已构成对其人格权的侵犯。确保每个人的声音权益得到充分保障，法律法规和治理手段必须跟上科技发展的步伐。相关部门应对AI技术的应用进行明确的约束，制定和完善相关法律法规，明确AI语音合成技术的使用范围和责任主体，引导科技向善。

黄威 整理点评

吉林省永吉县返乡女农人白玉红

青山绿水寻“榛”宝 拓宽农户致富路

□ 中国妇女报全媒体见习记者 李熙爽

旋转的炒制炉轰鸣作响，饱满的大榛子香气四溢。10月，吉林省永吉县北大湖镇草庙子村，新采摘的榛子经过晾晒，已经变为诱人的深褐色。“晾晒、筛选、炒制，接下来，咱家的榛子将被打包发货，送往全国各地。”看着车间内热火朝天的工作场景，白玉红笑了。

2014年，白玉红与丈夫返回家乡，在荒山上种下一片榛子树。10年间，荒山坡变成榛子林，迎来了满山榛果，白玉红夫妇也带着2000余名农户实现了增收致富。回顾10年创业路，白玉红告诉中国妇女报全媒体记者：“让小小榛子果，成为乡亲们的‘摇钱树’，拓宽农户们的‘致富路’，这就是我最大的心愿。”

种下“绿色”榛子林

今年58岁的白玉红，是吉林省长岭县人，1990年，她考入吉林林学院，从此走上了“林业路”。“毕业后，我承包过万亩草原、改造过水田、栽植过绿化树种，2013年，我重返家乡，看到记忆中郁郁葱葱的林子变为荒山，了解到吉林省大力推动清收还林工作，于是有了二次创业的想法，在家乡栽植经济林。”

想法有了，种啥呢？白玉红想到了“坚果之王”——榛子。“榛子果实能卖钱，树木根系发达又能防风固沙，既是经济树，又是生态树，一举两得！”2014年，白玉红与丈夫成立了吉林省索特科技有限公司，流转清收还林土地1050亩，在永吉县北大湖镇草庙子村，建立了以培育大果榛子果林为主的经济林示范基地——臻榛庄园。



白玉红(右)与农户一起为榛子手工脱果苞。受访者供图

丈夫白天围着树林转，晚上回家学技术，结合生产实践不断调整种植方法，仅是榛子林间混种什么经济作物更适宜，我们就摸索了三年。

2018年，榛子林成功挂果。白玉红至今还记得看到绿叶间点缀着成熟榛果时，自己内心的喜悦。她说：“我不仅是为自家的耕耘有了收获而高兴，榛子种植的良好势头还引发了当地农户的兴趣，我们以公司出苗木、出资金、出技术，农户提供劳务的方式，一起建立了榛子合作社。2018年，我们与农户共完成退耕还林面积达3040亩，通过辐射带动农民完成退耕还林面积达4260亩，一共还林7300亩。此外，还带动500余名农户就业，其中70%是女性。”

探索“深加工”转型路

随着栽植面积的扩大，果实的销售迫在

眉睫。2019年，白玉红发现，榛子的价格不断下降。“我意识到，想要增加市场竞争力，就必须转型。”

“走上转型路，要感谢妇联组织给我提供考察和学习培训的机会。”白玉红对记者说，在妇联搭建的平台中，她找到了公司的出路：延长产业链、做好深加工。

“榛子全身都是宝贝。”白玉红说，“我们开发过榛子糖、榛子月饼和榛子曲奇，还与吉林医药学院合作，研发了榛子油、榛子香皂、榛子活性炭。榛子的出油率可达40%左右，榨油剩下的榛子粕，还能做成香喷喷的榛子煎饼，今年刚上架，一小时就卖出了1400袋！”

不仅发展方式要转型，公司的营销方式也在不断转变。2022年，白玉红开始在线上拓展销售渠道，以“线上消费+线下体验”互联网营销新模式，助力农产品销售。