

手机APP适老“走形不走心” 银发网民跨越“数字鸿沟”还面临诸多难题

(上接A1版)

“换句话说，得把老年慢性病患者人群的疾病预防工作做好，其中最有效的手段就是——早筛早诊早干预。”省政协委员、四川省人民医院健康管理中心主任刘玉萍看来，国家医保支出逐年上升，但公众的慢性病、肿瘤的发病率和死亡率并没有因医保费用的支出提高而有显著降低，基层医疗机构应实现“以疾病治疗为中心”向“以健康管理服务为中心”的职能转变。

刘玉萍给出具体建议：各地可试点让基层医疗机构的部分职能转型，参与“慢病健康管理”，降低老百姓因严重慢性病并发症导致的医保支出的费用，并将节省的医保基金用于支付基层医疗机构参与健康管理服务的绩效支出。“这样以来，就能大大调动基层医疗机构的积极性。”刘玉萍还提醒，基层医疗机构应该在大型三级医院健康管理学科的指导下进行健康管理、健康风险干预，包括建立居民健康档案、疾病风险评估、非药物慢病(或慢病危险因素)干预等。

也有专家委员提醒，要重视完善老年商业保险，让老年人有更多选择。前不久发布的《2021老年健康保障需求白皮书》表明，我国目前存在老年群体慢病患病率上升、慢病非标体占比高、慢病保障存在空白等不容忽视的难题。

这让部分代表委员意识到，创新商业老年健康保险产品刻不容缓。“老年健康保险产品还存在专属产品种类少、承保人群要求高、理赔率低等现象，老年健康险发展需要从粗放式转向精细化道路。”徐俊波委员说。

(川观新闻 魏冯)

数字化、网络化的大趋势下，“数字惠老”并非一日之功。消减老年人的“数字鸿沟”，让老年人共享乐享互联网红利，需社会多方力量共同努力。

张智敏认为，在能够尽可能地扩大老年群体智能手机使用率的基础上，相关部门应该做好老年人互联网需求调研，研究相关政策，建立“数字惠老”的长效机制和强制性、统一性的适老化改造标准，并落实监督、测评责任。对主动参与适老化改造的企业采取奖励措施，通过补贴推动企业自发实施公益行动；对拒绝参与、打着适老化改造幌子牟利的企业设置黑名单，有效惩处企业有违社会公德的行为。

多位老年大学受访教师认为，为助力老年群体智能手机应用，企业、社区以及相关部门可定期开展适老版APP培训课程，组织老年大学、社区服务人员、志愿服务组织等社会力量，成立志愿者服务队伍，及时指导老年群体手机应用，帮助老年人安全使用网络，消除“怵”网络心理，更快适应各种成熟优良的适老版APP。

(新华社 田中全 邓楠)

锁都不知道。

湖北大学教育学院教授、湖北省老年教育协会学术顾问张智敏表示，手机APP适老化改造浮于表面的原因还在于，相关企业调研不足，对老年人使用手机APP的偏好、常用功能、痛点需求等缺乏了解，存在主观臆想现象，导致适老化改造流于形式。此外，社会对手机APP适老化改造的呼吁程度还不够，这也表明，对这一特殊群体的普遍关怀仍然不足，“数字惠老”更多停留在概念和口头上。

张智敏表示，即使手机APP适老化改造适合老年人的使用习惯，在短时期内大范围推广也有一定难度。“老年人网络普及率正在不断提升，但网络使用率偏低，更不用提熟练掌握度了。”

除了不会用的情况，不少老年人还不敢使用智能网络。张智敏表示，近年来，网络安全问题引发忧虑，电信诈骗多发，导致老年群体产生“怵”网络心理，谈网色变。

多方力量助力老年群体乐享适老版APP

多位受访对象表示，在智能化、

——界面设置徒有其表。适老化改造关键要素之一是调整字体，解决老年群体因视力减退影响阅读的问题。然而，部分APP首页字体经过调整后适宜老年人阅读，但点击进入二级界面后，界面的布置、字体与正常版一样，并未从根本上解决老年群体阅读难的问题。

——操作难度不减反增。笔者发现，诸多手机APP适老化模式切换入口并未在首页展示，而是隐藏在“设置”栏中，首次开启适老模式，还需寻找一番。专为老年人普及手机使用知识的湖北老年大学教师张雪琨告诉笔者：“正因如此，常有老年同学因找不到手机APP中的适老模式切换入口而苦恼。”

多原因导致手机APP适老化改造推进难

中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的第48次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2021年6月，我国网民规模为10.11亿，50岁及以上网民占比28%。老年群体已成为互联网发展不可忽视的庞大市场。

多位受访对象表示，国家出台系列政策推动手机APP适老化改造，但

适老化改造之所以仍停留在表面，原因之一在于相关公司难以从中获利，部分企业动力不足。

业界人士向笔者透露，从技术层面上，手机APP适老化改造很好实现，但对于企业而言，改造收益不高，且消耗人力与运营成本，用户增长率低，甚至还会造成已有用户流失。“广告是手机APP开发商盈利的主要来源，适老化手机APP去掉广告后，其盈利将大受影响。”

业界人士还表示，大部分手机APP的服务对象是年轻群体，在开发和设计理念上并未充分考虑老年群体，在以年轻群体为服务对象基础上进行适老化改造的手机APP也就很难适老了。如智能手机以触屏屏幕为主，相较于物理按键，无法为老年群体提供更好的触摸感和按键反馈，且智能手机本身就搭载了较为先进的技术，自带“复杂”特征，操作难度相较传统手机自然只增不减。

笔者调查发现，不少老年人依然使用只提供打电话、发短信等手机必备功能的可按键的“老人机”。他们表示曾尝试使用过智能手机和适老版手机APP，但面对触屏屏幕和各种复杂的操作，常常不知所措，甚至连如何开

让春运更有温度 高铁「暖男团」

1月17日早上8时，在中国铁路太原局集团有限公司太原车辆段动车组停放场，打温队队长武国华和队员们目送最后一列动车组出库，经过13名队员的连夜作业，车厢全部达到标准温度。“车厢的温度反映着春运的温度，旅客量大增，打温来不得一点马虎。”武国华说。

打温，是冬季铁路春运的特殊工种，为了避免冬季低温对动车组列车上的供水设备带来影响，每年11月，太原车辆段都会组建打温队。今年春运期间，40岁的武国华带领着12名“00后”青工，为8种不同车型、70余列动车组提供打温服务，大家把他们称作是高铁“暖男团”。

高铁打温常在夜间进行，武国华和他的队员们基本从每天日落就需要开始工作：先对动车组外观和车内设备进行检查，拿出作业图表，确认无误后给车厢供电，按照不同车型对应的温度标准进行作业。“除了数据达标外，必须自己切身体会，把自己当成是旅客来体验。”武国华说。

不仅如此，打温也要和时间赛跑，跑赢时间就能保障动车组温度达标。在OG621次动车组车厢里，武国华认真检查车内配电箱通电后的工作状态，为了保证车厢温度均衡，他要在车厢巡视前，打开各个车厢间的隔离门，让全列车厢空气流通，这是他积累下的打温经验，可以让车内温度更快提升。

相比于武国华丰富的工作经验，打温队队员孙任义更习惯拿车厢温度来衡量自己的作业质量。在近14个小时的打温过程中，他要包保5列动车组，通过每小时巡检一次动车组车厢，保证动车组车厢空调温度达标。孙任义的印象里，他充沛的精力源于对旅客乘车时车内温度的感同身受。

“我们的目标是温暖的车厢，共同的目标让我们这个团队更有凝聚力。”对于打温队的队员来说，重复单一的作业和高铁安全责任之间的巨大反差，带动了他们思想上的转变，“车厢里的温度就是我们的服务。”孙任义说。

随着列车缓缓消失在视线中，武国华和队员们圆满完成了春运首日的工作，“暖男”们也自己的工作温暖了70余列动车组。

(新华社 王菲菲 王玗玉)



近年来，浙江省桐庐县城南街道仁智村坚持党建引领，建立馒头产业园，让馒头产业成为村致富产业。随着春节临近，酒酿馒头进入销售旺季，桐庐县城南街道及时组织党员志愿者进入生产车间，帮助产业园实现日均制作馒头15万个的目标。图为1月15日，桐庐县城南街道仁智村馒头产业园内，党员志愿者把刚蒸好的酒酿馒头摊凉。

徐军勇 摄

直播带货“活”了乡村

(上接A1版)

在四川省阿坝州茂县赤不苏镇赤不苏村，去年8月才开始做农产品直播的王永富目前准备通过直播平台推介村里的腊肉腊肠，他告诉记者，通过直播平台，家乡农户种的苹果、花椒、樱桃，产的蜂蜜、腊肉、腊肠等，都可以卖出去了。“村民的收入增加了，村里的产业发展了，这是一个很好的开始。”王永富说。

问题：农产品直播带货仍存在不少短板

直播带货看似简单，实际上涉及标准生产、包装储存、物流配送、人才培养等诸多方面，目前在发展过程中还存在不少亟待解决的问题。

家住四川省成都市金牛区的曹梅以前经常通过观看直播购买农产品，但近段时间她的购买意愿降低了。曹梅告诉记者：“通过观看直播能够更直观地了解农产品，这是我之前喜欢通过直播下单的一个主要原因，后来有几次，我收到的产品外包装颜色不一，果子大小也参差不齐，甚至还存在损坏变质等问题，之后我就买的少了。”

记者在采访中发现，不少通过观看直播购买农产品的市民都遇到过跟曹梅类似的问题。关于这些问题，高县经信科技局副局长刘晓琼认为，这与农产品电商供应链体系仍不完善有很大关系。“农产品缺乏分拣标准、包装材质不结实、仓储设施不完善、偏僻地区交通不便导致物流配送效率低等，都是制约农产品直播带货发展的难点。”刘晓琼说，这些问题解决不了的话，就会出现包装配送前状态完好的农产品，到消费者手里时已经变成了残次品。

除了产品品质、物流、仓储、交通等因素外，龙岩农业发展有限公司红古田直播基地、龙岩市新农人协会负责人赖坚认为，直播人才缺乏也是制约农产品直播带货发展的一大因素。“当前，多地的农产品直播带货主要依靠政府干部、‘网红’主播帮助农民代言，在农村地区，既懂农业又懂电商，既能讲清农产品品质特点，又能讲好当地民俗文化故事，还能准确把握消费者心理并进行愉快沟通的农民直播人才极度匮乏，无法很好地激发消费者的购买欲望。”赖坚表示，培养本土直播人才为农产品代言更具有普遍意义。

建议：多点发力共绘乡村振兴新画卷

如今，随着农产品直播带货的快速发展，越来越多的人接受并乐于通过观看直播购买农产品。然而，把优质的农产品从田间地头到餐桌上，中间环节太多且涉及方方面面，如何让这种新模式健康发展，走得更远，更好地助力乡村振兴，是一个仍需探索的问题。

“要积极开展产销对接，加强各方协调，合理规划、因地制宜地推动农产品的标准化、品质化、品牌化发展。”刘晓琼认为，除了完善产品分拣标准、对产品包装进行提档升级和不断完善仓储设施外，政府各相关部门也应积极搭建平台，正确引导推动农产品种植标准化发展，打造口感、外观均优质的农产品，并发挥农产品所承载的文化属性，让直播带货在推介农产品本身的同时，推广宣传当地的特色风俗和美丽景色，助力乡村振兴。

“农产品的最大特点是鲜活性，对时效、运输条件的要求比普通快递更高，这就对快递物流行业提出

了新要求和新挑战。”中国邮政集团有限公司西宁市分公司市场营销部经理侯东表示，近年来，我国广大农村地区道路更畅通、基础设施更完善，邮政早已实现乡乡设所、村村通邮，快递通过邮快合作的方式已实现进村，给乡村经济发展带来了新变化。但目前涉农物流设施建设仍不完善，县、乡、村三级物流体系仍需升级，作为快递物流企业，在涉农物流上应加快完善农产品仓储保鲜冷链物流设施建设，提高物流服务的智能化和冷链保鲜技术水平，建设销地农产品前置仓，因地制宜地打造农产品服务方案，高效快捷地完成由田间到舌尖的传递。同时，还应结合企业优势，积极开展惠农项目，带动农产品销售，为乡村振兴贡献行业力量。

赖坚认为，发展农产品直播还应注重对主播的培养和吸引，有针对性地对农产品主播进行与农产品调性、特性相符的培训，吸引一批爱农业、懂农业、善经营的返乡青年、新农人、创新创业人才加入农产品直播队伍。“希望更多‘带着好货、带着梦想’的人才加入农产品直播队伍，一起行走在充满希望的田野上。”赖坚表示。

栖息地保护显成效 目前西藏黑颈鹤数量超1万只

笔者从西藏自治区林业和草原局获悉：根据西藏第二次陆生野生动物调查和中国野生动物保护协会鹤类联合保护委员会组织开展的“全国越冬鹤类资源同步调查”，目前，西藏自治区黑颈鹤种群数量已达1万余只。

黑颈鹤是国家一级保护野生动物。近年来，随着国家加大青藏高原生态保护力度，西藏多措并举实施生态建设，广大农牧民群众保护野生动物的意识不断提升，黑颈鹤及其栖息地得到了较好的保护，黑颈鹤数量逐年递增。目前，在雅鲁藏布江中游河谷的黑颈鹤越冬地，新一轮的“全国越冬鹤类资源同步调查”正在进行。

据介绍，黑颈鹤是世界上唯一生长繁殖在高原的鹤类。西藏黑颈鹤的栖息地面积约13.6万平方公里，分布面积约92.1万平方公里，主要分布在藏北高原和雅鲁藏布江中游河谷地带。西藏以黑颈鹤命名的国家级自然保护区共有2处，分别是色林错黑颈鹤国家级自然保护区和雅鲁藏布江中游河谷黑颈鹤国家级自然保护区。

(《人民日报》袁泉)

江苏创立数字经济卓越工程师职称制度

新华社南京1月18日电(记者 刘巍巍)记者1月18日从江苏省人力资源和社会保障厅获悉，该省聚焦转型发展的关键增量——数字经济，创立数字经济卓越工程师职称制度，旨在集聚一批顶尖数字人才、数字创客和数字工匠。

为助推数字经济高地建设，江苏将制定数字经济人才发展规划，实施数字经济卓越工程师职业领航工程，建立数字经济卓越工程师继续教育基地，每年培养产生1000名数字经济卓越工程师。根据数字经济卓越工程师职称制度，开展数字经济专业高级职称评审认定，打通高技能人才成长为卓越工程师的职业发展通道。

江苏省还将启动博士后青年科技人才腾飞专项行动，紧扣国家和省重大专项、前沿技术和重大科学研究、先进制造业产业集群发展需求，按每人30万元标准，每年遴选资助900名国内外优秀博士来江苏省从事博士后研究。