

网上中国

孩子“触网”低龄化

净网护苗宜疏不宜堵

本报记者 汪灵犀

第41次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2017年12月，我国网民规模达7.72亿，其中中学生占25.4%。更引人注意的是，孩子们的“触网”年龄越来越小，甚至低于3岁。

五光十色的虚拟世界中，有优质资源，也有垃圾信息。一些成瘾性网络游戏、邪恶动漫、不良小说、互联网赌博等，严重影响了中小学生的学习进步和身心健康。切实做好预防中小学生沉迷网络工作，还孩子一片网络蓝天，在当下极为重要，也极为紧迫。

上网成“日常”

“今天是一个互联网时代，儿童就生活这样的环境中，互联网就是他们的生活方式。因此，上网低龄化也是正常现象，使用网络也是青少年必备技能之一。”中国青少年研究中心少儿研究所所长孙宏艳认为，学校和社会不应该把网络视为洪水猛兽，将其与孩子的成长对立起来，而应该正确引导。

“中小学生的内心犹如一片广阔田野，要让田野不长‘杂草’，最好的办法就是种上一片金灿灿的‘水稻’。”浙江省宁波国家高新区实验学校校长罗树庚建议，创造丰富多彩的课余生活，使孩子们把更多精力放在有效学习、户外运动和社会实践活动中。吃饱了“精神大餐”，孩子们自然就能提高对网络不良内容的免疫力。

“对青少年的网络行为，学校宜疏不宜堵，与其消极被动地预防不良上网，不如积极引导青少年文明上网、健康上网。”南京师范大学教育科学学院教授齐学红认为，目前许多学校的规定如“教室里不得使用手机”等，局限在是否允许、能否使用层面，在学生如何使用手机及上网等方面则缺乏有效引导。其实，最关键的是培养青少年正确的网络观念和认知，教会他们如何合理、合法和有节制地使用网络。比如，可以把网络安全、网络伦理等内容纳入中小学的信息技术课程。

家长做“标杆”

“要指引，履职责，教有方，辨不良。要陪伴，融亲情，广爱好，重日



护苗净网，从我做起

孙振摄（人民图片）

常……”教育部近日发布了“防沉迷”三字文以及《致全国中小学生家长的一封信》，要求家长教育引导、以身作则、注重陪伴、疏导心理、配合学校，筑起预防中小学生沉迷网络的坚实防线。

家长的引导和陪伴，在孩子的成长过程中有着不可忽视的重要作用。“要求孩子做到的，家长首先要做到。”南京师范大学心理健康教育咨询中心裴涛建议，家长首先要看看自己上网的方式是否合理、接受的内容是否积极，给孩子树立榜样，让孩子耳濡目染学会健康使用网络。

“家庭应成为预防网络沉迷的第一道防线。”孙宏艳也认为，家长应该每天花一点时间和孩子聊聊天，去了解孩子业余时间做什么，鼓励孩子交往三五好友并了解孩子的朋友，培养一

两项家庭的共同运动。如果要上网，尽可能陪孩子一起上网。

“很多家长觉得孩子是因为喜欢上网才开始讨厌学习，事实上，不少孩子是因为讨厌学习而沉迷网络。如果学习任务太重令孩子生厌，就给了沉迷网络以可乘之机。”裴涛提醒，家长要培养孩子健康广泛的兴趣爱好，给予孩子高质量的陪伴，“增亲子之情，享假日之乐，广健康之趣，育博雅之操”，如读书、下棋、运动、做家务、走亲访友、举家旅行、参观博物馆、欣赏音乐会等，让丰富多彩的现实生活吸引孩子。

合力护“幼苗”

青少年群体社会经历不足，生活习惯尚处于形成阶段，面对开放的网

络，缺乏辨别力和自制力。要想让预防沉迷网络教育引导工作见成效，学校、家庭、社会还需打出“组合拳”。

在2017年寒假、2018年春节假期，全国各地积极开展了一项寒假“护苗”行动，集中整治违法违规网络直播、网络游戏及“邪典”动漫视频，多措并举推广“护苗·网络安全课”，引导青少年绿色上网、安全上网。

“政府应进一步规范网络运营，实行科学的信息分级制度，制定行业标准，加快网络立法进程，完善依法监管措施，有效化解网络风险。”北京邮电大学互联网治理与法律研究中心副主任谢永江如是建议。

学校可以做什么？前不久，教育部印发《关于做好预防中小学生沉迷网络教育引导工作的紧急通知》，要求各方面尽心尽责、密切配合、齐抓共管，切实做好预防中小学生沉迷网络工作。相关负责人表示，下一步要加强了解掌握中小学生使用网络基本情况，要求教师及时掌握学生思想情绪和同学关系状况，组织学生开展丰富多彩的主题教育活动。各地中小学责任督学要将预防中小学生网络沉迷工作作为教育督导的重要内容。

“从某种意义上说，学校教育正在打一场‘注意力争夺战’。我们的教育要适应社会发展变化，深入挖掘日常生活中的教育价值，把学生的注意力从网络转移到校园生活中来，把中小学生引导到积极健康向上的成长轨道上来。”北京市海淀区教师进修学校附属实验学校校长董红军说。

对于互联网企业来说，则应加强行业自律，开发、出版发行和运营适合儿童的、积极健康的、充满乐趣和想象的游戏，营造安全网络环境。



布瑞克农业大数据平台上线仪式，5月27日在贵州省铜仁市石阡县举行

贵州铜仁：

大数据助推苔茶出黔

黄桂恒

南方有嘉木，黔地出好茶。贵州铜仁市石阡县出产的“石阡苔茶”是贵州三大名茶之一，被称为茶中“贵族”，曾在国内各类茶叶大赛中斩获无数奖项，获得中国驰名商标认证，“国家地理标志保护产品”称号。然而，看上去如此多的金字招牌也未能给这里的茶叶带来高知晓度。石阡苔茶的名气七绕八绕，也没能绕出贵州重峦叠嶂、绵延纵横的众多山脉。

茶香也怕山路深。除了茶叶，石阡还拥有牛肉干、羊肚菌、蜂蜜等多种优质特产。这些特色农产品并没有让当地群众致富。石阡是武陵山区的国家级贫困县，贫困发生率约12%，目前有4.8万贫困人口。

为此，石阡县政府一直在探索脱贫之路，结合自身情况发展当地特色农业，把苔茶作为当地脱贫攻坚主导产业之一。目前石阡苔茶种植规模已经从1.25万亩扩展到了40多万亩，全县茶园基本实现乡镇全覆盖。

龙井乡水溪村的贵州裕佳农业发展有限公司总经理杨刚说，公司的绿茶和红茶产品已十分成熟，当前正在加工新研制的黑茶。公司有了一定的规模，还需要在产品销售、品牌规范运营方面提升。这也是石阡县不少茶叶企业共同需要面对的问题。

随着政府的大力支持，搭乘飞速发展的电商行业，苔茶的销路问题较之原先已有了大起色，但品牌效应弱和市场推广难这两大根本性难题，依旧摆在每一个石阡人面前。那么，到底要怎么打造苔茶的品牌效应，又怎样打开苔茶的销路，切切实实让当地农民增收致富？石阡县把目光投向大数据。大数据不仅能让当地农民知道该怎么种，也让他们知道种好了之后要怎么卖。什么样的包装规格最受消费者青睐、什么样的口味买的人最多、大家都喜欢在哪些平台买、要怎么优化商品关键词才能增加被搜索的机率……

今年5月27日，江苏省苏州市相城区的帮扶项目——石阡布瑞克农业大数据平台上线仪式在石阡县隆重举行。布瑞克（苏州）农业信息科技有限公司无偿援建的这个平台，将以大数据为支撑，帮助石阡县解决农村经济发展中的各种问题。同时，布瑞克公司还将在其旗下的“农牧人线上商城”销售石阡苔茶和其他农产品。

对布瑞克公司来说，石阡县也是公司“农业大数据+品牌农业电商”产业扶贫的第一步试水。立足石阡辐射到铜仁全市，乃至全国更多贫困县域，是公司的目标。市场铺开了，销路畅通了，石阡丰富的优特产品也有了冲劲，承载着石阡人的期望走出贵州，让“石阡苔茶”这些埋没于大山中的名声更响当当。

三大运营商接连送出大礼包引来关注

网络提速降费加油数字中国

本报记者 彭训文

从三大电信运营商推出手机上网不限全国流量套餐，到北京固网宽带免费升级到至少200兆，再到上海面向55岁以上人士推出“日租型”百兆宽带……近期，中国移动、电信、联通三大运营商陆续推出新一轮提速降费措施。工信部提出，到7月1日，三大运营商将正式取消全国流量和本地流量资费差别。这一系列资费大礼包，让广大用户获得越来越多的实惠。

专家表示，提速“提”的是企业竞争力，降费“降”的是社会总成本，网络提速降费应持续加大力度，少些“套路”，让群众和企业切实受益，为建设数字中国加油助力。

手机不限流量，宽带免费升级

三大运营商近期纷纷推出移动资费不限流量或大流量方案，引发用户关注。

中国移动针对老用户推出238元流量套餐，其中国内流量不限量，并赠送5GB×12个月国际流量。中国联通推出名为“冰激凌系列”的不限流量套餐，目前398元档的冰激凌套餐只需要199元月费，国内语音和国内流量均不限量。不过，当月国内流量达到一定量时，上网速率将不同程度下降，次月恢复。中国电信推出的不限流量套餐，在各地有所不同。例如北京电信推出的磅礴卡，套餐中包含2GB的4G流量，超出之后用户可使用不限流量3G本地网络。

针对用户对于“不限流量套餐超后为何要降速”的疑问，相关电信专家表示，这是由运营商基础设施建设未达到为每个人开放无限流量的现实决定的。只有限制流量，才能保证绝大部分用户的使用体验。

在家庭宽带方面，各地提速降费也有新举措。例如，北京联通近日宣布，将100M及以下宽带免费升级为200M，原200M用户则免费升级为300M宽带，预计将于6月30日前完成。上海移动则针对部分老年人“两头住”的个性化宽带需求，推出“日租型”百兆宽带，面向55岁以上人士开放，每天1元，不用不花钱。

工信部表示，取消流量“漫游”费目前进展到套餐

梳理、规则调整、系统开发和改造阶段，将确保今年7月1日如期兑现；同时降低移动流量资费。这两项措施加在一起，到年底资费要比去年下降30%以上。

厘清“提速”认识，减少“套路式”降费

网络提速带来了网速体验的加速攀升。宽带发展联盟近日发布的《中国宽带速率状况报告》显示，今年第一季度，中国固定宽带网络平均下载速率达到20.15Mbit/s（兆比特每秒），同比提升54.9%。这个速度大幅超过7.0 Mbit/s的全球固定宽带实际可用下载速率，与全球领先的韩国网速21.6Mbit/s的差距持续缩小。

同时，中国移动宽带用户使用4G网络访问互联网时的平均下载速率达19.12Mbit/s，同比提升54.3%；同期网络视频下载速率也取得较大幅度提升。

从国际上看，衡量宽带网络速率的指标主要有两个，一是网络接入速率；二是用户实际可用速率。由于用户通过上网终端（电脑、手机）访问网站时，视网站内容服务器所处位置不同，网络信息内容传输要经过“最后一公里”接入环节、骨干网、国际互联网出入口和网站服务器等多个环节。一般来说，用户实际可用速率通常会略低于与电信企业签订的接入速率。从相关宽带测速平台提供的监测数据看，三大基础电信企业固定宽带用户接入速率均能达到国家要求。

专家表示，要提升实际可用速率，必须统筹相关各个环节，联动发力，共同提速，才能实现“端到端”的全面提速。例如，加大对从事宽带接入企业尤其是分销商的监管力度等。

同时，不少用户认为一些运营商还存在口惠而实不至的“套路”。归结来看，首先，企业和用户对“降费”的理解不一致。用户理解的“降费”是直接降低通信支出，企业则通常将“降费”理解为降低单价。前者可能导致行业收入负增长，后者则可能会让用户感受不到实惠。要切实保证今年政府工作报告提出的“取消流量‘漫游’费，移动网络流量资费年内至少降低30%”落实到位，需要澄清企业用户双方认识，确保对“降费”理解一致。

其次，部分运营商服务不够精细。由于套餐种类繁多，一些运营商的部分业务办理流程十分繁琐，提

速降费举措宣传告知不够，这需要企业进一步改善服务，提升客户满意度。同时一些运营商的确存在捆绑销售、“文字游戏”等问题。比如有的实际网速远低于商家宣传值；有的流量优惠多集中在深夜；还有的虽然降低了流量费，却捆绑了诸多作用不大的业务套餐。对于这种欺骗消费者的行为，监管部门应加大打击力度。

扩大信息消费，企业大有可为

在网络成本下降、信息技术升级、国家实施“宽带中国”战略、“信息惠民”工程等多重利好下，近年来中国信息消费发展势头良好。数据显示，2017年中国信息消费规模已达4.5万亿元，占最终消费支出的10%。“互联网+”与更多传统消费领域加速深度融合，网上购物、网上订餐等新兴消费业态发展势头强劲。

5月17日，工信部、国资委联合发布了《关于深入推进网络提速降费加快培育经济发展新动能2018专项行动的实施意见》。《意见》提出，要面向全球领先水平，加快宽带网络的演进升级，如推动光纤宽带提速升级，支持基础电信企业持续加大投资力度，在超过100个城市试点向用户开通千兆宽带业务；提升4G网络覆盖质量，新建45万个4G基站；扎实推进5G标准化、研发、应用、产业链成熟和安全配套保障，组织实施“新一代宽带无线移动通信网”重大专项，完成第三阶段技术研发试验，推动形成全球统一5G标准；加快IPv6规模部署应用；增强骨干网络承载能力等。

《意见》还提出要进一步推进网络降费优惠力度。除完成今年政府工作报告提出的提速降费要求外，鼓励电信运营商进一步降低家庭宽带资费、国际及港澳台漫游费；支持各地扩大公共场所无线网络覆盖范围，为用户提供免费上网服务等。

专家表示，随着信息技术在电子商务、金融、医疗等行业应用规模加大，信息消费外延将进一步扩大。对运营商而言，提速降费是一种挑战，更是一种机遇。提速降费可以刺激流量增长，薄利多销。未来如果运营商能紧抓物联网、云计算、大数据、视频、5G等发展机遇，那就不仅能抵消降价影响，而且能大幅增加行业收入，可以大有作为。

互联网大咖秀

平日里，苹果零售店店内人头攒动，新品开卖时，店外大排“长龙”，全球各地的苹果零售店皆是如此。然而，当年苹果公司准备进军零售业时，《商业周刊》并不看好，还曾毫不客气地大泼冷水。作为当下按每平方米计算最赚钱的零售店，乔布斯将零售店的成功归功于罗恩·约翰逊——苹果零售店部门高级副总裁。乔布斯对他说：“我都想不起没有专卖店时期的苹果公司是什么样了。罗恩，谢谢你！”

罗恩·约翰逊：

苹果商店缔造者

海外网 吴正丹



2000年，乔布斯希望能采用某种方式提升销售量，但却苦于没有具体的解决办法。于是，他从仓储式卖场连锁运营商塔吉特公司挖来了有着15年零售业从业经验的罗恩。

那时，电子产品公司几乎用的是同一种销售方法，即薄利多销。苹果公司要另辟蹊径，就得找到除了低价外的新卖点。罗恩对苹果公司进行了详细的分析：只推出了四款产品——两款便携式电脑和两款台式电脑。如果采用零售店的方式售卖，产品过于少。“偌大的店铺难道就放寥寥几台待售机器吗？”对于这个问题，罗恩的答案是：“既然没有足够多的产品来摆满零售店，那就以‘用户体验’为卖点吧！”

2001年5月，全球第一家苹果零售专卖店在弗吉尼亚州泰森角开门迎客。从空间规划上看，整个店面只有1/4的空间用于贩卖苹果产品。剩下的空间则用来展示苹果电脑在试听、图片制作等方面的卓越性能。事实证明，罗恩的销售策略不仅赋予了苹果公司新生命，也开启了零售业的新时代。