

上海儿童青少年总体近视率56.6% 仅在“爱眼日”爱眼护眼远远不够

本报讯（记者 左妍）今天是第24个全国“爱眼日”，国家卫健委、教育部和体育总局在上海科技馆举办全国“爱眼日”活动，“大眼仔星球历险记”青少年预防近视健康促进活动同时启动。记者获悉，去年本市儿童青少年总体近视率为56.6%，高出全国平均水平3个百分点，其中6岁儿童近视率为8.4%，小学生近视率为35.5%，初中生近视率为77.2%，高中生近视率为84.4%（其中高三学生高度近视率23.4%）。近年来，我国青少年近视率居高不下，近视一旦发生就不可逆转，不仅给生活带来不便，对就学和择

业造成影响，发展为高度近视还会带来不可逆的视力损伤甚至致盲的严重风险。在我国部分地区，高度近视眼底病变已成为成人致盲和视力损伤的主要原因。专家指出，近视主要由遗传基因和环境因素共同作用导致。目前，户外活动时间过短、近距离用眼时间过长是造成儿童青少年近视率居高不下的主要原因。科学证据表明，每天户外活动2小时及以上，沐浴在自然光环境下，可有效降低近视发生的风险。近年来，上海市市政府不断加大儿童近视防控力度，通过改造学校教室灯光、改善课桌椅配置、制订

实施簿册新标准、建立儿童屈光发育档案、增加学生户外活动时间以及举办“目”浴阳光系列青少年眼健康促进行动等举措，推进完善儿童近视防控工作。今年，本市按照教育部和国家卫生健康委等8部门联合印发的《综合防控儿童青少年近视实施方案》制定行动方案，按照“政府主导、部门协同、家庭配合、社会参与”原则，进一步推进落实防控策略，重点推进落实儿童青少年每天2小时户外活动、全面开展近视综合矫治以及学校和家庭优化近视防控环境等措施。



学生参加爱眼日活动
记者 孙中钦 摄

普陀首个园区“在线店小二”上线

本报讯（记者 江跃中）一早上班体验无感支付，通过线上预订园区会议室召开董事会，利用平台寻找合作伙伴，线上咨询入驻园区优惠政策，下班后健身休闲活动项目预约……这些应用场景在天地软件园智慧园区“在线店小二”试运营期间，就有人迫不及待地试用了。今天上午，普陀区首个园区“在线店小二”——天地软件园“智慧园区”服务平台正式上线启动。只要关注“上海天地软件园”的微信公众号，根据登录人员的需求，使用者会定期收到平台推送

来的精准有效消息，如文创类企业会收到国家市区级文化产业部门的扶持信息，科技型企业会收到高新科技类的产业政策信息。通过这一微信平台，还能享受找企业、找服务、找项目、找活动、找福利、预订会议室、停车场反向查询、无感支付等服务。目前天地软件园已建成基于AIoT生态平台构架的智慧园区管理服务系统。园区公共服务平台涉及七大类管理系统服务、50多小类的场景定义服务、5000多个物联网感知设备，为园区企业打造云、网、端三位一体的智慧园区解决方案。

新民随笔
共享单车又涨价了，有人揪心、有人操心。
揪心的说，“猪养肥了就要宰了”，意思是培养起用户习惯了，共享单车企业就开始要薅羊毛、割韭菜、收高价了；操心的说，光凭涨价那些钱，企业也赢利不了多少。其实揪心、操心可能都大可不必。企业行事自有其逻辑，不管这个逻辑是否正确、合理，但至少有一点可以明确：它们不是来做公益的。
它们眼中看到的，主要是消费者——互联网企业或思维，更喜欢叫做“用户”的。当然，“用”一定不是

警惕“用户”思维
吴强
“白用”，是要付费的。这个项目上不付费，那个项目上付费；这时候不付费，那时候付费。所以，互联网企业说“用户”、说“服务”，都是有前提的，那就是你得用，并且，用得起。
于是，用得起的人才进入其视野，用不起的就不在考虑之中了。比如，共享单车，会骑行的人就是它服务的“用户”。用户至上！所以，近年来的疯狂投放就有了理由。一切为了用户！至于，不用的人，放学了蜂拥而出不骑车的学生，因为上阶沿堆满共享单车无路可走，不在其眼中；蹒跚而出的老年人，不在其眼中；费了很大劲在维持秩序、帮忙理车的人，不在其眼中。因为盯紧了“用户”，忽略了用户以外的所有人，忘记了企业毕竟不是只和“用户”打交道，企业同时还在和“社会”打交道。
“用户”的精准分析看起来固然为企业提供了一个清晰的经营路径，却很可能也是一支强力手电筒——只照到自己想找到的“用户”，其他所有都隐藏在强光的黑暗中。所以，不少借着互联网上马的企业，其兴也勃焉，其亡也忽焉。兴，是目光只聚焦在一个特定“用户群”；亡，则因这种聚焦带来的各种次生结果难以把控，最终留下一地鸡毛。
警惕“用户”思维，警惕只被“用户”遮蔽了眼睛。

电商行业迎年中大考,苏宁易购如何解锁“苏”式生活方式? 上海苏宁 606“真枪实弹”! 第二件半价成为关键词



说起每年的上海苏宁 606,你脑子里最先想到的是什么?便宜!除此之外呢?大概就没有别的印象了。但今年的苏宁 606或许会让你记住另外一个关键词——第二件半价。此次“第二件半价”活动,除了苏宁电器店、苏宁易购广场(原万达百货)、苏宁极物、苏宁红孩子、苏宁小店等全业态都将参与。这也是苏宁易购正式收购万达百货有限公司(以下简称“万达百货”)下属全部37家百货门店后,首次重磅加盟到大促阵营中。届时,只要是消费者来到上海苏宁任意1家业态门店购物,便可以享受半价购买第二件指定商品!

在今年606期间,除了小店网红产品黄教授烧鸡市价39.9元,半价19.9元;崇明5斤装当季新米,市价49.9元,现价24.9元等半价产品,还将为消费者提供买家电返小店无敌券等一系列活动。

苏宁超市
全球直采,帮消费者实现“吃货自由”

在今年606期间,苏宁的核心的目的就是帮助消费者实现水果自由、小龙虾自由、零食自由!

苏宁易购百货
吃喝玩乐购,首次重磅加盟

苏宁百货首次加入606大促,这也是苏宁全面接手万达百货后,万达百货门店首次加入全业态的大规模促销。目前,万达百货也更名为苏宁易购广场,据悉,上海的两家门店也将在月底完成改造。

夏季服饰、美妆用品、运动用品等等应有尽有,同时还有更多进口水果低至1元;1积分任选吃喝玩乐等玩法,让大家买到更多更棒的好货。

苏宁红孩子
亲子体验+力度折扣,一周年狂欢季

今年6月份,苏宁红孩子也即将迎来“落沪”一周年,因此也将提供诸多福利回馈消费者。据悉,6月6日当天,来上海苏宁红孩子线下门店购买奶粉、零辅食、尿布、洗护防晒、孕妇用品、奶瓶水杯、玩具、童车童床、童装童鞋等共百款商品享第二件半价;好友主力砍价等活动全方位为消费者让利,带来便捷购物体验 and 优质的商品。

苏宁极物
网红产品超低价,让潮品触手可及

苏宁极物美容仪、小Biu音响、JBL音箱、故宫口红、故宫文创等网红产品都将迎来其史上最低价。还有更劲爆的1元助力购将再次席卷朋友圈!

付费配送准时达
1小时服务圈上线

包裹的准时到达,成为检验物流能力的硬杠杠。在线上,618期间,苏宁物流推出付费准时达,只需加3元钱,就能让用户包裹准时送货上门,早到晚到都赔钱,保障消费者的购物体验。

侯恩龙还承诺,该付费业务分文不赚,全部补贴给一线快递小哥。随着前置仓的全面布局,苏宁小店的配送服务能力大幅提速。

超6000家小店,超2000家前置仓,覆盖4万个社区,是苏宁打造3公里1小时服务圈的底气所在。

除了开展全业态、全品类大力度的优惠活动,今年的606已经不再是一个简单的打折促销活动,而是为消费者提供一种生活方式,也是上海苏宁一次年度“大阅兵”,更是剑指打造全行业标杆IP。在风起云涌的零售市场,上海苏宁还会实现怎样的传奇,我们拭目以待。(王晨)



苏宁电器
众多爆款 聚焦焕新市场

苏宁电器门店也将作为苏宁606大促的主力点,将提供低至1999元的一级能效1.5匹变频空调、1999元小Biu智能空调等多款爆款清单,这个价格比行业平均价低了40%以上,定能令消费者感到惊喜。此次全品类、全客群打造进一步深入,智慧零售的能力得到全方位释放。

苏宁小店
门店+前置仓+苏小团,打造一小时生活圈

喝啤酒吃西瓜,还有粽子小龙虾!苏宁小店经过一年的布局,已经成为沪上知名社区零售品牌,并且通过苏小团的培育,目前上海共有超过600家苏宁小店,一万余苏小团社群,可以实现APP最快半小时送货,并为消费者提供医药箱、无线Wi-Fi、微波炉、饮水机等便利服务设施。