

老人骑车不妨“我的安全我负责”

□阿培

设置年龄限制，出发点固然是为了保护老年人的安全，但同时也限制了老年人共享公共资源的权利。

最近，一位老人发现自己的市民卡刷不开公共自行车。问了客服才知道，不是卡的问题，而是年龄超过65周岁不让租车了。对这一条“保护老年人”的规定，很多人表示难以接受。有关部门作出了积极的回应，并将通过媒体渠道向市民征求调整年龄限制的意见建议，作为下一步决策参考（《舟山晚报》5月30日报道）。如此说来，这位老人的市民卡借车功能还有望重新激活。

我市在2009年引入公共自行车时，经过多部门协商，明确公共自行车注册用户年龄上限为65周岁，一直延续至今，很有些刻舟求剑的味道。14年过去了，社会的方方面面以及人们的思想观念发生了巨大的变化，老年人考驾驶证都不受年龄限制了，却依然被“卡”在公共自行车上，实在有些说不过去。

舟山老龄化程度属全省之最，65

周岁以上老年人就有22.42万人。公共自行车“卡”住了约占人口总数五分之一的老年人群体，有关部门的压力有点大。设置年龄限制，出发点固然也是为了保护老年人的安全，但同时也限制了老年人共享公共资源的权利，如何拿捏确需多些权衡少些任性。

随着全社会健康状况的改善，“老当益壮”已是一种普遍现象。在庞大的老年人群中，65周岁还是“年轻人”。现实生活中，七八十岁还在骑自行车的大有人在，无非是不让骑“公车”就只能骑“私车”。这也似乎说明，公共自行车设置年龄限制，充其量只能避免“小红车”被摔坏，而难以从根本上保护老年人的安全。因为，法律并没有限制老年人购买自行车，但凡腿脚灵活的老人咋会因租不了车而不骑车呢？

既然如此，公共自行车就不如放宽或者干脆放开对年龄的限制。就如

南京市那样，通过举行听证会，删除了“70周岁以上老年人不得租用公共自行车”的限定条款，让老年人人人享有公平租车的权利。

安全怎么办？这既是问题又不是问题。老年人身体机能、反应能力难免退化，而且不同老人之间个体差异也很大，允许“人人骑车”看起来确实存在安全隐患。但换个角度看问题，老年人最了解自己的身体状况，也最珍视自身安全，大可以“我的安全我负责”。事实上，有关部门是无法替租车人把好安全观的。即使作了年龄限制，不到65周岁的人也同样可能因身体不好、车技不佳等诸多原因不宜骑车，还不是“我的安全我负责”？

因此，从公共自行车的公益性来说，更应体现普惠原则，让每一位老人都享有租车权利。能不能骑、想不想骑，应该是老人及其家人操心的问题。

期盼瓜菜新品早成共富产品

□劳仁

瓜菜新品种不仅有颜值担当，更有营养加持，一旦推广开来想必既能刷新百姓餐桌、又能充实菜农腰包。

橙色肉系列小西瓜、乳白色的水晶番茄……在日前举办的2023年瓜菜新品种展示示范会上，72个新品种瓜菜集中亮相，令人有目不暇接的惊喜感（《舟山晚报》5月30日报道）。据了解，这些瓜菜新品种不仅有颜值担当，更有营养加持，一旦推广开来想必既能刷新百姓餐桌、又能充实菜农腰包，从而产生可观的经济效益和社会效益。

展示的新品，毕竟还不是批量的产品，越是馋人就越让人心急。最近西瓜上市，每每给母亲买瓜总要尽量挑小的，即便如此还得“害”老人家辛辛苦苦吃上好几斤，如能买到爽甜可口的新品“迷你瓜”就好了。其他的瓜菜也该既增营养又“瘦身”，让小家庭一顿吃掉无须冷藏。可是，这些可爱的瓜菜新品何时能成为大众菜呢？

研发新品固然难，而推广新品也不易。要想动员农民种新品，除了难在

改变旧习惯、学习新技术，还难在打消他们“万一种不好”“万一没人要”等风险顾虑。而即便有农民种了，如果形不成规模效应，马大嫂们是否接受“怪模怪样”的新奇瓜菜也是个未知数。螃蟹大家都爱吃，但第一个尝螃蟹的人需要多少勇气！从某种意义上说，推广真的比研发更重要也更费劲。

72个瓜菜新品种，只要有一半推广开来就足以让千家万户的餐桌变个模样，从而在提升人们生活品质的同时促进农户共同富裕。而假如不能成为流行的商品，再好的新品也只是样品，科技就无法转化为“第一生产力”，反过来又会削减持续研发的动力，使农业高质量发展举步维艰。因此，有必要将更大的力气花在推广上，让科技更快更好地释放效能。只有这样，才能加速良性循环。

推广瓜菜新品，政府的“菜篮子工程”责无旁贷。商贸部门利用“大客户”

身份给农户下订单，就不难调动“种”的积极性。而凭借健全的菜篮子直供网点，更不愁“卖”的渠道。只要瓜菜新品果真是好东西，消费者尝到甜头之后自然会“喜新厌旧”，进而带动农贸市场、商场超市、线上配送从善如流。如此，农户“不待扬鞭自奋蹄”，瓜果蔬菜的迭代升级也就悄然完成了。

问题在于，未经市场检验的新品瓜菜是不是真的好？比如，外地种的好东西，到了舟山是否会出现“橘生淮南则为橘生于淮北则为枳”的情况？比如，是否会出现营养进一步口味退一步的现象？再比如，成本是否会高得让人觉得不划算？可见，市场推广难免风险。

那么，就应该通过制度创新，形成从科研到市场的一条龙闭环管理，进一步完善公平合理的利益分配机制，并植入保险机制为市场风险兜底，让新品瓜菜具有足够的活力进入绿色通道。

“雏鹰展翅”：未成年人健康成长新方式

□陈斌

通过常态化、菜单式的体育活动，让青少年在体教融合中健康成长，在运动锻炼中收获自信和快乐。

近年来，中国的体育事业快速发展，越来越受到社会各界的关注。在这个过程中，未成年人健康成长引起了广泛关注。针对这一问题，舟山市文广旅体局推出了“雏鹰展翅”品牌（5月18日《舟山日报》报道），通过常态化、菜单式的体育活动，让青少年在体教融合中健康成长，在运动锻炼中收获自信和快乐。

“雏鹰展翅”品牌是一项针对未成年人思想道德建设的工作品牌，以体育为媒介，开展各类活动。例如，科学健身大讲堂，传播运动与健康、创伤处理等知识；“新星”公益体育课，开展足球、轮滑、篮球、武术、跆拳道等体育培训；中小型赛事或嘉年华活动，创新少儿轮滑、飞盘嘉年华等特色场景；国民体质监测，“把脉”未成年人体质健康。

这种“4+X”形式，将各项活动常态化、菜单化，让未成年人能够根据

自己的兴趣和需求选择适合自己的运动项目，并且不断丰富自己的体育知识和技能。

除了帮助青少年培养健康的生活方式，通过多样化的体育活动，提高他们的身体素质，也为其未来发展奠定坚实的基础。同时，对于社会而言，通过“雏鹰展翅”这样的公益体育课活动，不仅能够让更多的青少年了解传统文化，更能够加强社会责任感和创新精神，形成良好的社会和谐氛围。

在未成年人品牌赛事方面，市文广旅体局打造了长三角青少年足球邀请赛、海岛斯巴达儿童赛等赛事，在全市营造未成年人喜迎亚运的良好氛围。这些赛事不仅是锻炼身体的机会，更是展现精神风貌的舞台，让未成年人在比赛中感受到成就感和团队合作的重要性，增强自信心和自尊心。

我们也需要看到，仅仅依靠少数人的努力是无法彻底解决这一问题

的。要想让更多的青少年参与到体育活动中，需要整个社会共同努力，包括家庭、学校、社区以及政府部门等。

家庭应该从小灌输运动的好处和习惯，鼓励孩子多参与学校和社区组织的体育活动；学校应该加强体育教育，注重培养学生的体育素质和锻炼习惯；社区应该鼓励居民多参与公益体育课活动，营造良好的社区氛围；政府部门应该加大对青少年体育事业的扶持和投入，创造更好的体育发展环境。

“雏鹰展翅”品牌的推广，不仅是为了培养未成年人的体育兴趣和锻炼习惯，更是为了促进未成年人全面发展，建立健康的生活方式和生命观念。这一品牌的成功推广，得到了社会各界的高度评价和认可，也得到了青少年本人的积极响应和参与。相信，在未来的发展中，“雏鹰展翅”品牌将会更加成熟和完善，为未成年人的健康成长提供更好的保障和支持。