

其实，大学生们都在“无意识养生”

□ 丁丁

随着移动互联网时代的发展,快节奏的现代社会对人们身体综合素质提出了更高要求。作为互联网原住民的当代大学生,他们的身体健康状况对个人成长成才意义重大。

去年,中国青年报社联合丁香医生,在全国40余所高校,随机选取不同城市、不同年级的12117名大学生,采用分层抽样和小组访谈相结合的方法,调研了他们的健康态度和生活方式。日前,这份名为《2020中国大学生健康调查》的报告正式出炉。

调查发现,大学生对自己整体的健康现状较为自信,且对心理健康有意识进行了关注。皮肤、情绪、睡眠是目前大学生最为关注的健康问题,完成学业是造成大学生心理压力的主要原因。与此同时,大学生已经逐步形成健康意识,特别是对健康生活方式特别关注。

对健康极自信

大学生健康问题是整个社会都在关心的话题。有调查发现,现在的大学生们似乎完全不关注健康?

而当完成整个调查报告后,这一主观的观点发生了改变:大学生对健康抱有高期待,他们日常生活中也会接触到健康知识,希望改善自己的生活状态。只是因为他们真的比我们想象中要健康,并且在这点上,他们非常自信。

大学生的健康自评,平均在7.4分,半数以上甚至打到8分以上高分。

而在大学生心目中,理想中的健康指数是8.9分!比他们的实际自评高出1.5分。即使是这个社会最身强力壮、精神旺盛的大学生们,他们依然对健康有更高的期待。

“生不生病”不是大学生们特别关心的问题,他们更关注那些与日常生活高度相关

的健康状态。在调研结果中,86%的大学生在过去一年出现过健康困扰,其中有3个高频的健康问题:皮肤状态不好、睡眠不足、情绪问题。

女生爱美,她们在外形和颜值上的焦虑,普遍高于男生。皮肤状态不好是女生最大的健康困扰,半数以上都有这个问题。

追求健康生活

面对现实与理想的差距,大学生并没有只是想想就算了。2/3的大大学生采取过实际行动改善生活状态,睡眠、运动、饮食是他们最想所有改善的三个地方。

其中,在饮食方面的变化最为积极,运动次之,睡眠改善则稍显不足。丰富的社交生活和各种电子产品或成为大学生早睡的障碍。

77%的大大学生表示,自己在过去一年中都曾有睡眠困扰,其中主要的问题是睡眠不足。而睡眠不足有可能

会影响正常的学习,有43%的大大学生表示自己曾经在课上睡着过。

还有人会尝试睡前泡脚和喝牛奶,这种比较养生的诀窍显然迎合了多数女大学生的喜好。

营养不均衡是大学生饮食最显著的问题,主要表现是:食物种类不丰富,蔬菜水果吃得少。同时,吃饭时间不规律、爱吃零食、暴饮暴食等不好的饮食习惯也在影响大学生的健康。

相比运动和睡眠,改善饮食习惯对大学生而言似乎更易达成。

主动解决心理焦虑

大学生面临来自同龄人更为激烈的竞争,以及进入社会前的各种准备,这种竞争给他们带来的压力是多方面的。

调查发现,近九成大学生最近一年内都有过心理困扰。其中,完成学业依旧是大学生的主要压力,以大一和硕

博尤甚。

随着年级的增长,高年级学生开始明显有了就业焦虑,要开始为未来做打算。

虽然对大多数人来说,心理上的困扰和纠结,尚达不到必须求助于专业人士的地步。但作为心理障碍近年来越来越高发的特殊人群,大学生群体依然需要对自身的心理健康水平保持敏感。

当真的产生自己处理不了的情绪状态时,可以第一时间向校心理咨询中心、学院内分管学生心理健康工作的老师,甚至校医院的专业医生寻求帮助。

通过该报告不难发现,中国大学生对自我健康很自信,表现看他们较少主动关注健康,其实是“无意识”参与了很多健康养生行为。

本版责任编辑 陈杰
chenjie@vip.sina.com

通用信息平台凸现真实价值

1月7日,今日头条发布《2019今日头条年度数据报告》,从用户搜索行为、阅读创作习惯、社会责任等多方面展现了通用信息平台的价值。

随着创作和传播门槛的降低,有越来越多的普通人在头条上表达和记录自我。数据显示,2019年,头条创作者全年共发布内容4.5亿条,累计获赞90亿次。其中,有1825万人是首次在头条上发布内容。

今日头条上线以来,围绕内容体裁和分发方式两个维度不断丰富,至今已衍生出图文、视频、问答、微头条、专栏等多种内容形式。报告基于2019年用户行为数据,对多体裁内容的阅读创作习惯进行了刻画。

数据显示,“国庆大阅兵”是被搜索最多的关键词。不同年龄段用户的搜索偏好也不尽相同,90后更关注美食;80后更关注放松娱乐;70后搜索最多的关键词是“天气预报三天”;60后搜索最多的关键词是“退休养老金计算公式”。

搜索是对未知世界的探索,问答,同样是满足好奇心的方式之一。报告指出,2019年头条上产生的问答超过1.5亿个,有近10万个问题都得到了100条以上的回答。

内容创作方面,优质内容在头条上得到了激励和回报。2019年以来,创作者总收入达到46亿元,有12万篇文章和1.4万名创作者获得了今日头条青云计划奖励。

报告还首次公布了头条寻人、扶贫公益等项目的最新进展,从另一个角度解读了信息流动为用户带来的价值。通过基于地理位置的精准信息推送技术,头条寻人累计弹窗寻人线索100434次,截至2019年帮助12000个家庭团圆。

贫困地区山货难卖的困境,也被信息流动所打破。2019年,今日头条通过“山货上头条”助农项目,吸引近55万名用户共同参与消费扶贫,帮助114个国家级贫困县山货走出大山。

感光计划则通过信息分发,以摄影公益的方式帮助了9个大病群体,6个扶贫项目和1个环保项目。该项目联合全国优秀摄影师,用1477组图片故事讲述了大病家庭的艰难治疗过程,联合公益组织为1343个家庭募集爱心救助资金。

今日头条年度报告相关负责人表示,2019年,有人因头条重拾写作信心,有人在这里扩大了视野,也有家庭因为头条而团圆,因信息普惠而摆脱贫困,获得帮助。未来一年,头条仍会不断完善内容生态,提高信息分发效率,用通用信息平台,帮助用户看见更大的世界。(利民)



虚拟现实 闪耀CES

1月10日,为期4天的2020年美国拉斯维加斯消费电子展(CES)闭幕。展会吸引来自160多个国家和地区的约4500家企业参展。

虚拟现实技术是展会的一大看点,参观者争相体验科技创造的虚拟世界。在美国拉斯维加斯举行的消费电子展上,一名观众体验基于虚拟现实技术的游戏。

新华社记者
吴晓凌 摄

中国厂商依然是CES主力军

大学生科技报记者 陈杰

作为行业大展,每年一度的CES(国际消费电子产品展览会)几乎是行业厂商们的一次新品狂欢。时处产业寒冬,但2020年的CES依然热闹非凡,全球超4500家厂商纷纷不遗余力地展示最新的前沿技术和最炫酷的产品。

有数据统计,作为每年CES上的主力军,中国厂商及品牌自2019年开始就已占据总CES参展企业的33%。此次的2020CES展会,超过千家的中国企业集体亮相,再次毫不意外地成为CES大展的主力军。

不过,同比去年,中国厂商对CES的热情似乎呈下降趋势。来自CES官方组委会的相关人士表示:“从今年CES展出面积来看,中国展商的面积虽然相比去年略有减少,但大多数主要展商继续参展,其中有一些展商的展位面积甚至还增大了。”

事实也确实如此,基于中国公司的发展以及他们在美国和其他西方市场的运营一直是科技世界的热门话题,且大展上庞大的中国访客和参展商让CES受益匪浅,这些让中国

厂商在CES上一直广受关注。

今年的CES中国参展企业数大约为1100家,2019年中国厂商参展数为1210家,而2018年达到历史最高值,有1551家中国企业参展。仅从数据上来看,中国厂商对CES的热情确实在减退,且趋势明显。

不可否认,CES是全球各大电子产品企业发布产品信息和展示高科技水平及倡导未来生活方式的窗口,在全球范围内拥有举足轻重的影响力,2018年之前中国科技企业一直对CES趋之若鹜,通过这个平台发布了大量的新产品,输出了中国智慧。但CES大展的影响力在逐年下降也是不争的事实,全球顶尖品牌及厂商到场率明显下滑的趋势也呈不可挽回之势。但即便如此,中国厂商依然是CES大展绝对主力军。

来自全球名咨询公司Future-source Consulting的分析则认为,对中国企业而言,CES是他们向全球展示能力和先进技术的重要场合。很多企业希望借助这一平台,将产品销往欧洲和南美洲,而并不是非得销往美国市场。“随着中国本土市场正在饱和,中国企

业在这些海外市场寻找商机。”

随着2020CES大展拉开大幕,虽然国内有很多头部企业缺席,但华为、百度、联想、海尔等中国企业皆有出席。来自消费技术协会(CTA)的一份电子邮件声明也显示,今年CES跟2019年基本类似,中国企业的整体展览空间将“略有下降”,“中国仍然是国际消费电子展的主要市场,许多中国公司都在展会上展示自己的品牌,建立全球合作伙伴关系。”

其实,前几年中国企业在CES上有点“用力过猛”,过多的亮相甚至于让CES被戏称为“中国电子展”。近年来,越来越多的中国企业意识到以“赶大集”的心态参展,“刷”一下存在感并无助于企业提升海外影响力。从数据上来看,中国厂商参展CES确实在悄然“退潮”,但实际上,参展企业数量减少的背后则是国内厂商质量提升和结构优化的一种外在表现。

虽然,今年CES中国厂商参展规模变小了,但中国企业仍是CES的主力军,亮点更是不能被忽视。