

晨报记者 何雅君

昨天是“三八”国际劳动妇女节。正在北京出席十三届全国人大五次会议的上海女代表们都在关注哪些话题？一起来看看。

“三八”妇女节，女代表们都在关注啥？

■ 周燕芳代表

减轻育儿压力，提升生育意愿

全国人大代表、太平洋医疗健康管理有限公司副总经理周燕芳在调研中发现，新时代的育龄妇女生育观念发生转变，生育意愿逐步降低。“三孩”生育政策无法决定性地提升生育率，只有设立涵盖婚恋、生育、教育、住房、养老、社保等多方面完善的支持计划，并优化公共服务供给和公共资源配置，建立个人、家庭、企业、政府合理分担机制，全方位支持保障女性权益、减轻女性育儿压力，才能全面保障家庭发展，从根源提升女性的生育意愿。

在周燕芳代表提交的《关于为女性减轻育儿压力、维护职业发展权益，提升生育意愿的建议》中，她提出了具体建议：

在缓解育儿压力方面，建议延长男性带薪育儿假并强制执行，分担女性育儿压力，缩小就业中因产假差异导致的性别歧视。建议大力发展普惠性托育机构，缓解双职工家庭育儿压力。

在教育方面，建议逐步实现将幼儿园纳入国家义务教育范围，并加大对民办幼儿园的监管。考虑到学业发展对适龄青年婚育意愿的挤压，建议多措施保障在校研究生、博士的结婚生育。

在减轻经济负担方面，建议加大个税支持力度，减轻家庭税收负担。建议为有孩家庭减轻购房与租房的经济负担。

在女性职业发展方面，建议为促进女性就业的企业给予税收优惠，并保证企业招聘女员工配额。建议提升各领域女性参与管理的能力与话语权。

■ 朱国萍代表

为青少年提供健康的成长环境

作为日常生活中的有心人，全国人大代表、上海市江宁萍聚工作室党支部书记朱国萍的目光一直追随着青少年的成长。她发现，疫情的持续，对青少年的心理状态和生活状态都产生了较大的影响。

比如，长期居家生活，无法进行线下社交活动，容易导致青少年孤僻疏离或是过于沉迷线上社交。过分依赖电子媒介获取信息，过分沉迷于网络视频或是过分沉迷网络游戏，会影响学习，影响睡眠，甚至产生抑郁、恐慌等消极情绪，不利于青少年的身心健康成长。

今年参会，她准备了一份关于青少年身心健康发展的建议，呼吁关注这一代在特殊时期背景下成长起来的青少年，为他们提供一个健康的成长环境。

具体来说，朱国萍代表建议建立政府、专家、机构、学校和家庭“五位一体”的关怀机制，形成以政府为主导，以学校为主体，以专家为引领，以社会专业机构为辅助，以家庭亲子教养为支持的心理援助体系，充分发挥专业的引导作用，指导和帮助各级各类学校开展具体工作。

考虑到青少年缺乏充足的社会经验和人生阅历，她呼吁，更多创造线下互动的机会，培养青少年的社交能力等综合素质，因为户外活动、团队活动、线下交流具有不可替代的教育意义。特别是施行“双减”政策后，学校、家庭和社会都要想方设法创造更多这样的机会，弥补线上教育的不足。

此外，她还认为，日常教育中，筑牢学生的心理防线很重要。要更加注重引导学生对战胜新冠病毒、恢复社会秩序树立坚定的信心。

■ 王伟代表

促进优秀传统文化进校园

同样是关心青少年，全国人大代表、东方国际集团东方国际创业股份有限公司副总经理王伟把关注点落在“弘扬中华优秀传统文化要从娃娃抓起”上。她注意到，在主动推动中华优秀传统文化的传承与发展的过程中，各地都开展了一系列富有创新、富有成效的工作。而她本人也提交了《关于促进中华优秀传统文化进校园，为振兴中华培根铸魂的建议》。

王伟代表认为，促进中华优秀传统文化进校园，夯实年轻一代的中华文化根基，要形成全社会共同参与的教育合力。教育主管部门要把弘扬中华优秀传统文化成为一项硬任务，继续在教学内容上弹性设计，在实施力度上刚性推进。

坚持从娃娃抓起，还要遵循学段教育规律，根据不同年龄段儿童和青少年心理和智力发展水平来创新方法，做到“精准滴灌”。建议创新适应幼儿和青少年特点、喜闻乐见的文化传播和教育形式，搭建更多更好的中华优秀传统文化传承平台，创造更多更好的教育产品。

进一步开发教育资源，用好科技手段，可以为增强中华优秀传统文化教育提供多元支撑。比如，改变传统文化经典样式“口授亲传”的局限，通过网络提供“云师资”，组织各类经典戏曲、民乐、书画等中华瑰宝的导览导赏，运用云资源解决师资力量不足，提高中华优秀传统文化经典项目推广的可行性。

制图 / 潘文健

致敬与关怀，别克“雨刷器情书”温暖上海来福士

冬寒还未退去，上海来福士却已经在女神节期间“温暖”了起来。原来，别克在这里为女神们送上了一封封的别样情书，吸引了诸多路人的驻足和围观。

致敬与关怀，别克是怎么做到的？

木心先生曾在诗歌《从前慢》中写道：“古时候车马很慢，书信很远，一生只够爱一人。”，这句诗让很多人向往过去书信传情、见字如面的真情流露。

如今，汽车早已代替了马车，速度变得更快，出行更加便捷，但人们却不再用汽车传递书信了。在很多人眼里，汽车只是冰冷的代步工具而已。而别克这次设计的“雨刷器情书”装置让汽车成为一位充满温度的伙伴，同时也唤醒了人们对车马传书的感动。

“雨刷器情书”的设计可以说是别出心裁，只需按一下别克 LOGO，雨刷器就会刮一次挡风玻璃。与此同时，玻璃后的大屏幕会随机呈现一句暖心情话，并打印成一张精美的明信片情书。而另一块屏幕上，知名演员、歌手郑云龙配音的视频则让现场的气氛更加温

暖起来。

体验雨刷器情书的女生们对别克的创意也充满了赞赏——“别克让我想起了学生时代了，很怀念呢。”“没想到人生第一封情书不是男朋友送的，而是别克。”“太有爱了，我要给情书合张影，发个圈儿。”

别克对女神们的关心不止有一封封暖心的情书，还推出一系列的女神节女性专属购车权益。比如 3/31 日前购别克指定车型可享超低日供 38 元福利，试驾更有机会获得施华洛世奇水晶项链等等。

事实上，别克对女性的致敬和关怀不只是这一次女神节，从技术、产品到服务，别克一直致力于为女性开启不一样的幸福生活模式。

让汽车抓住“她经济”

在过去很长的一段时间里，汽车被称作男人的玩具。其实，女性早已成为当前汽车市场的重要参与者，而且她们所扮演的角色正变得愈发重要。

易车研究院《女性用户洞察报告(2020版)》，女性车市正成为中国车市的新蓝海，

2013-2020 年女性购车占比从 27.87% 升至 32%，2018 年女性已然占据了我国 4S 店的访客比例的 48.7%，预计未来五年女性用户对大盘销量贡献有望逼近 40%。更重要的是，中国 80-90% 的购车选择会受到女性意见的影响，很多家庭的购车决定权其实是掌握在女性手上的。

然而现阶段矛盾在于，绝大部分的汽车公司都没有关注女性，产品多强调男性喜欢的性能、速度，营销广告里出现的主角也多为男性。

当女性经济时代来临，如何打造汽车消费领域的女性专场，成为了摆在各家车企面前的难题。而别克早已洞察到中国汽车市场“她”力量的崛起，并从技术、产品、服务层面为女性提供了全面的关怀和呵护。

早在 2009 年，汽车行业还没有兴起智能化革命之时，别克就推出了安吉星安全服务系统，打造出了管家式服务生态，为中国第一批“女司机们”带来了远超时代的安全和便利。如今，智能互联科技在汽车行业全面兴起，别克再次走在市场前列，旗下车型快速普及支持整车级 OTA 的全新一代 VIP 智能电子架构，并通过一年多次 OTA 不断迭代升级 eConnect 智能互联科技，让爱车如手机一样常用常新。

同时，背靠通用汽车全球领先的自动驾驶技术，别克旗下车型搭载了行业领先的主被动安全科技，座舱设计则遵循上汽通用严苛的车内空气质量 (VIAQ) 管控体系，选用了更健康、更环保的材料，由内而外地为消费者构筑起全面的出行安全感。

而在最感性的设计方面，别克一直主张艺术与科技的融合，为女性消费者带来不断升级的愉悦审美体验。像昂科威 S、威朗 Pro、君威等车型都以流畅灵动的型面线条，极具运动美学的设计，让汽车实现和女性用户精神上的共鸣。



别克的女神节活动没有仅仅停留在政策优惠层面，而是借助情书给予了女性群体更多的情感关怀，深刻体现出别克对女性消费者的重视。相信在这样的理念下，别克也将成为越来越受女性用户认可和喜爱的汽车品牌。

著名财经作家吴晓波在接受采访时曾表示：“在传播、受众、审美、圈层等元素突变的情况下，做到‘美好小女生’的产品能够弯道超越，抓住最新、最潮的这帮人的心。”显然，别克已经抢占了女性车市的先机。

安吉星 2019 车联数据报告显示，上汽通用女性用户的驾驶非常稳健，碰撞频次远低于男性，驾驶评分也高于男性车主。这一系列宠爱女性的技术和服务不仅给女性用户带来了细致入微的守护，也让别克受到了越来越多女性消费者的推崇。在别克 1200 多万车主中，女性车主超过了 470 万。（明月）

