

“宝贝单飞游”成新宠，如何让家长放手又放心？

暑期未至，儿童夏令营的报名高潮却早已悄然来临。从全天的周边营到几天几夜的单飞营，从水上运动到海底探险，从自然户外主题到艺术科技主题，甚至采摘、减肥、注意力培训……夏令营的种类令人目不暇接。

记者在一家专门做儿童出游的微信公众号上咨询，客服人员说，今年暑期的国内游报名非常火热，“5月份我们推出了几期暑期宝贝单飞7天6夜的活动，几乎都得秒杀才能报上名。”目前该项目已经不接受报名了，只能等有临时名额空出。记者又联系了北京市海淀区的一家传统旅游公司，被告知目前暑期的儿童单独出游活动并不多，只有少数两三个可供选择，从安全等因素考虑，旅行社不敢组织太多的招募活动。

一边是网络平台的火热报名，一边是传统旅行社的小心翼翼，主打“宝贝单飞游”的暑期夏令营，家长到底该如何选？

单飞游成家长群新宠

“六一放假一天，虽然学校有托管服务，可毕竟是儿童节啊，让孩子在学校被托管一天有点不忍心，但我和爱人都要工作。”5月31日，接到学校放假通知的郭君(化名)犯了难。

她无意间翻了一下家长微信群，发现群里正在进行团游报名接龙：“公园骑行，原价568元，12人以上468元，车接车送，要求身高125厘米以上，骑行熟练(上下车刹车转弯)……”郭君一打听，原来都是没时间陪孩子过节日的家长在给孩子组团报名一日游的单飞活动。

“‘单飞’这个词特别贴切，孩子

两三岁的时候我们只关注亲子游，如今孩子大了，翅膀硬了，可以单独放飞了。”郭君告诉记者，一天的骑行活动体验下来，儿子很开心，因为公园离家不远，组团的孩子们大都是同学，她也放心。

小美妈则早已是宝贝单飞游的“常客”了。小美从一年级开始就独立参加各类活动，去年疫情期间，小美妈在小区里组织了一个团购群，一开始为方便生活，主要团购一些生活日用品。前阵子，小美妈尝试与一家儿童俱乐部联系，协商由俱乐部出方案，小美妈招募，为小区里的孩子定制专门的单飞计划。从五

一小长假开始，他们组织了几场假期、周末的周边游活动，很受小区家长和孩子的欢迎。

“相比起外面机构的活动，小区的孩子互相认识，有家长参与定制，会更安全。”小美妈告诉记者，这也是大部分家长的想法，“家长微信群是消息传播比较快的地方，你有任何关于孩子的问题都可以在里面咨询，总有热心的家长回复，尤其是一些大家普遍关注的话题。比如马上暑假了，如何给孩子安排暑假生活就成了热门话题，比起外面的旅行社，大家更青睐家长群里口碑好的活动，因为有孩子体验过，更有说服力。”

市场反应跟不上需求

“我想给孩子找一个能吃苦锻炼的夏令营，让他去农田里挥汗如雨，他就知道学习是一件多么幸福的事了。”一位孩子爸爸在家长群里咨询有没有到农村去体验劳动的夏令营，“军事训练、爬山骑车、穿越丛林，这些说到底都是在探索未知，孩子有好奇心，更愿意玩，但他们没体会过干农活的枯燥和辛苦，那才是真的累。”这位爸爸的话顿时引起不少家长的共鸣。

遗憾的是，这位爸爸并没有如愿找到这样的夏令营，记者在几个机构咨询，也没有收获。但让孩子体验农事是很多家长的想法。一位

妈妈告诉记者，女儿上三年级了，是家里的小公主，父母为她做什么，她都觉得是应该的，自己做错了事，也往家长身上推，“真该让她去外面锻炼锻炼，吃吃苦。”

除了锻炼孩子吃苦的意志，锻炼孩子的抗挫折能力也是不少家长的选择。一位孩子妈妈告诉记者，她给8岁的女儿报名参加“做一名小商人”的活动，感慨颇多。活动的设置很简单，机构准备小香囊，孩子们在上面写上祝福话语，一个香囊卖5元钱，一上午时间卖出去，挣的钱吃午饭，剩下的钱拿去捐款。

活动结束后，她问女儿有何感想，女儿的话令她很诧异，“她觉得那些买他们香囊的大人不是真的喜欢香囊，而是因为看他们小，想帮助他们才买的。”事后，这位妈妈认为机构的活动设置过于简单，一天五六百元的费用并不便宜，机构准备的物品应该更有价值一些，这样孩子的体验也才会更真实。

虽然有家长吐槽活动设置不够细致，但记者发现该机构的这一活动仍然是经常爆满。有家长表示，市面上这样的活动并不好找，可选择的其实很少。

安全问题也让人担忧

记者调查发现，六七岁的孩子参加一日游的活动较多，八九岁以上的孩子则更愿意尝试多日游。“让孩子单飞得做好准备，她会不会梳头、衣服会不会洗，物品会不会整理，这些看似小的事情，家长没交代明白，就会增加孩子融入的难度。”某儿童俱乐部的销售人员告诉记者。针对家长们担心的安全问题，该销售人员说，他们的营地孩子与老师的配比是6:1，老师会随时把孩子的状态以视频形式发送到群里，晚上睡觉前也会让孩子与家长通电话。

事实上，家长的担心并不多余。五一期间参加的一次水上皮划艇游就让小林表示，以后再也不参加这样的活动了。小林活动回来后

告诉妈妈，“过马路的时候车特别多，老师在前面走，没管后面的孩子，有个6岁的小男孩被路过的自行车划伤了手臂，还有人在水上活动时不小心弄湿了裤子，想跟老师请假去换一下，老师让他忍着。”小林妈妈认为，活动方应该办事更周全一些，“事后我想找活动方反映问题，希望他们可以改进，但是没有负责人来问我体验感受。”

据了解，报名活动初始，活动方通常会发一份电子合同给家长，要求家长确认签署。但有家长表示，合同都是格式条款，家长没有沟通协商的机会，“你只能选择参加或不参加。”活动过后也少有负责人会收集用户对体验的反馈。

有专家认为，儿童单独出游，家

长不放心主要有两个焦点。一是安全问题。在传统观念中，不管是多大的孩子，只要一远游，父母在家总是担心安全问题，担心行业不规范，孩子自身维权意识不够。对于这个担忧，建议家长在出游前一定要认清机构夏令营以及住宿家庭的资质。二是出行期间可能出现的各类问题。孩子从出发开始，就会面对诸如交通、住宿等细节方面的问题，这考验孩子的独立生活能力，也对夏令营主办方的细节把控能力提出了更多要求。

如何在满足市场需求的过程中加强安全意识，更加注意家长和孩子的体验反馈，是宝贝单飞游计划中，值得机构和市场反思的问题。

(工人日报)

七度空间爆“针头门” 公司回应：正在调查

6日下午，#江西女子在卫生巾中发现针头#话题冲上微博热搜第一，截至发稿，该话题阅读量近2亿。据报道，江西一女子称自己购买的七度空间卫生巾内发现针头，约有正常针的三分之一。此新闻一出，网友瞬间炸锅，尤其是购买过“七度空间”品牌的女性消费者。

大量网友在评论区表示担忧，“细思极恐，也太吓人了……”“一定要查清楚这针头怎么放进去的！是工厂的疏忽还是超市有人做手脚……这种尖锐的异物放在卫生巾里，太可怕。”一位网友直言：“拔草了!!!以后不用这个牌子”。

有网友提出疑问：“是从外面扎进去的还是生产环节问题，蹲一个调查后续。”还有网友则认为，“生产线里出现这种问题概率不大，人为的可能性更大吧。”

公开资料显示，创立于2002年的七度空间，是恒安集团旗下的女性卫生用品品牌，其推出了多种系列的姨妈巾，除少女系列、优雅系列外，还有萌睡裤、动物君系列等年轻产品线。2021年4月，演员刘浩存官宣成为七度空间代言人。此前鞠婧祎为七度空间国风形象代言人。

针对“针头门”事件，记者向恒安集团致电进行咨询，客服人员仅表示，“会把此事反馈给相关部门，集团会进一步核实。”

另外，记者以消费者的身份向七度空间淘宝官方旗舰店咨询，客服人员表示，此事正在核实中。新闻报道中的消费者是从线下渠道购买的卫生巾，“不是我们店铺的商品。”此外，七度空间高端线产品Space7旗舰店客服也给予同样回应，“公司还在调查中。”

(中新经纬APP)