

# 决胜高考冲刺期,这些“开挂饮食”管用吗

□新华社记者 黄筱 龚雯

高考临近,不仅广大考生开足马力冲刺,家长们也尽力为孩子做好后勤保障,希望孩子们学好、吃好、睡好,保持最佳状态。

记者在上海、杭州等地调研了解到,多家三甲医院的营养师、消化内科专家,近期密集接诊前来咨询“如何助力高考”的家长。“吃什么能让孩子晚上多熬两小时、白天还不困?”“这个保健品听说有用,能不能试试?”“孩子可能压力有点大,出现失眠焦虑,饮食怎么调?”这些问题集中在帮助孩子提神醒脑、增强记忆、强健身体的饮食方案上。

对于迎考考生而言,高强度脑力劳动确实需要稳定的血糖和特定营养素,维持良好身体状态。“但是,寄希望于‘开挂饮食’‘灵丹妙药’般的神奇食物在考场超常发挥,是对营养学的误解。大脑功能长期积累的结果,不存在‘一步登天’的捷径,这种心态易导致家长陷入消费陷阱。”上海交通大学医学院附属新华医院临床营养科主任医师冯一一说。

专家结合咨询较多的家长诉求分析,市面上受到追捧的“开挂饮食”主要包括短期刺激类、声称“益智类”、营养素补充类饮食。

短期刺激类,包括浓咖啡、功能饮料,这些饮品能带来短暂的兴奋感和精力充沛的错觉,过量饮用对孩子身体发育不利,可能会引发心慌、手抖、尿频,严重影响临场发挥和后续睡眠。

声称“益智类”,包括鱼油、补脑液等保健食品。

浙江大学医学院附属儿童医院临床营养科主任医师冯一一说:“鱼油需长期规律补充才可能对认知有益,非短期突击用;补脑液并非促进提升智力,是让过度亢奋的神经‘镇静’下来,若不辨体质滥用,可能会白天嗜睡、昏沉,得不偿失。”

专家提到,保健食品仅用于调节机体功能、提高抵抗力,不能治疗疾病更不是“神药”,同时还要注意可能出现的过敏和胃肠道反应。所以家长和考生一定要破除“补脑迷信”,根据自身情况,仔细对照相关产品包装上的备案功能选择。

此外,记者在社交平台上看到,一些博主分享服用镁剂、复合B族维生素等产生的效果,让考生家长频频跟风“种草”。

专家介绍,以复合B族维生素为例,它作为辅酶参与能量代谢,对神经功能很重要,压力大时身体消耗会增加,适量补充确有一定帮助。“它像润滑油,而不是汽油,能让机器运转顺畅些,但不能让1.5L的发动机输出2.0T的马力。”冯一一说。

考前饮食营养的本质是帮助孩子把体力、情绪、注意力和消化状态维持在一个稳定区间,家长真正要做的,不是想办法“让孩子突然变强”,而是尽量别让饮食成为拖累,把家里菜单安排得有规律,把早餐准备扎实,把花哨饮食收一收,把“补”换成“稳”,这才是有效而现实可行的营养支持。

西湖大学医学院附属杭州市第一人民医院消化内科副主任医师杨晶提醒,考前饮食的关键不是“猛

补”,而是“稳”。规律三餐、清淡家常、不盲目尝鲜、不暴饮暴食,才是帮孩子保持专注力、守护好状态的最佳饮食方案,比任何高价补品都实在。

“需要提醒的是,有些孩子平时就有胃食管反流、功能性腹痛、肠易激、乳糖不耐受或易腹泻等情况,对这类学生来说,考前营养的关键不是追求‘更高级’,而是尽量减少刺激因素。”杨晶说。

对于“多吃主食会犯困”等认识误区,专家也做出解释。冯一谈到,“考前不吃或少吃主食”是谬误,主食摄入不足会导致注意力涣散、记忆力下降,正确做法是选低血糖生成指数的复合碳水,如燕麦、糙米饭、全麦面包。主食搭配足量蔬菜和优质蛋白能延缓血糖上升速度,提供持续稳定能量,真正实现“抗饿又醒脑”。

此外,肠道被称为“第二大脑”,管理肠道就是管理情绪和免疫力。冯提醒,考前适量摄入无糖酸奶、新鲜蔬菜水果,增加肠道膳食纤维和益生菌,有助于维持肠道通畅和菌群平衡,通过“肠脑轴”调节情绪和压力感受。

受访专家表示,家庭氛围其实是最好的“营养素”。饭桌上不问复习进度,不谈目标大学,聊点轻松的趣闻,平静、支持性的家庭关系,是缓解考生焦虑、保障身心健康最有效的“超级营养素”。

“我们不追求‘开挂饮食’,而是通过科学、平和的生活方式,让身体这座‘精密大厦’在关键时刻稳定输出。”冯一一说。(新华社北京5月28日电)

# “诗约四海”全球中文诗友会活动在多国举行

新华社北京5月28日电 “诗约四海”全球中文诗友会活动近日在英国、巴西、俄罗斯等国举行,众多中文学习者和爱好者通过诵读、表演、书法等形式,领略中国诗词的恒久魅力。

在英国伦敦金斯顿福德学校,师生们举办了系列丰富多彩的活动。其中,在金斯福德诗歌日活动上,二十余位来自不同国家的学生用各自母语朗诵唐诗《春晓》,多位同学展示了自己为中国古诗创作的绘画作品。

金斯福德学校校长琼·戴岚在致辞中表示,中国古典诗歌体现了“天人合一”的美学理念,以高度凝练的意象和富有韵律的语言,表达了人、自然、社会和内心世界之间的关系。在国际汉语教育中,诗歌既是语言学习的关键组成部分,也是文化理解、情感共鸣和审美体验的重要载体。

金斯福德学校学生皮尤斯·奥库内维奇表示,“诗约四海”活动对自己学习中文非常有帮助,不仅能体验、欣赏和学习诗歌,还能了解到更多关于中国文化的知识。

在巴西,来自巴西高校、文化机构和孔子学院的师生及中文爱好者齐聚圣保罗州立大学,围绕“山、水、人、天”四大诗词意象,通过诗歌朗诵、歌曲演唱、武术表演和汉服体验等,共同感受中国古典诗词之美。

圣保罗州立大学副校长塞萨尔·马丁斯表示,学校开展孔子学院项目近20年来成果丰硕,今年正式启动“中文语言与文化”本科专业,成为双方长期教育合作的重要里程碑。他说,文学、艺术与诗歌能够拉近不同民族之间的距离,中国诗歌中关于自然、乡土的表达能够引发巴西民众共鸣。

即将代表巴西赴华参加“汉语桥”比赛的巴西学生马西莫·克利表示,她从小热爱中国文化,在中国留学期间感受到中巴人民在热情好客、重视人与人之间情感联系等方面有许多相似之处。越



五月十八日,人们在巴西圣保罗州立大学参加“诗约四海”全球中文诗友会活动。(新华社发 巴西圣保罗州立大学孔子学院供图)

来越多中国文学作品被翻译成葡萄牙语,将帮助更多巴西人了解中国文化。

在俄罗斯莫斯科,“诗约四海”活动在全俄展览中心举行。活动以“诗词·自然·中俄文化交流”为主线,围绕“人与自然和谐相处”主题,设置了诗词诵读、艺术表演、专家分享和文化体验等环节。

莫斯科国立大学亚非学院中国语言文学教研室主任康斯坦丁·巴拉博金在致辞时表示,中国诗词表达含蓄却意味深长。通过一首诗,我们理解的不只是中文本身,也包括中国文化观察世界的视角。

伊琳娜·茹克和12岁的儿子亚历山大·茹克

参加了当天活动。伊琳那说,她和丈夫17年前就去过中国海南旅游,今年6月计划带着儿子一起去北京。“亚历山大学习中文已有3年,我们全家都对中华文化很感兴趣,非常期待即将到来的中国之旅。”

“诗约四海”全球中文诗友会活动由中国教育部中外语言交流合作中心主办,旨在面向全球中文学习者和中华文化爱好者,以中国古诗词为媒,搭建线上线下联动、跨文化共创的交流平台,通过社交媒体滤镜挑战、线下诗会等活动,展现中国古诗词的韵律、意境、情感之美,促进文明交流互鉴。

# “抹黑门”丑闻发酵,高市政治诚信广受质疑

□新华社记者 梁晨 陈泽安

日本首相高市早苗竞选团队的“抹黑门”丑闻仍在发酵。28日,日本立宪民主党国会议员石桥通宏在参议院一场审议中再次就“抹黑门”质问高市。高市则矢口否认相关指控。

据日媒此前披露,高市竞选团队在去年和今年的两场重要选举期间制作大量攻击抹黑对手的短视频,并通过隐蔽手段在网络和社交媒体平台扩散。事件曝光后迅速引发日本各界广泛关注。

分析人士指出,高市长期利用社交媒体为其政治野心造势而且过往“黑料”不断,“抹黑门”只是再一次证明,高市的政治诚信严重缺失。

## 匿名抹黑 打压对手

据日本《周刊文春》杂志报道,高市的秘书木下刚志是此次“抹黑门”的关键人物。他曾多次联系视频制作者松井健,要求其制作并发布攻击高市党内竞争对手及在野党候选人的视频。

报道说,2025年自民党总裁选举期间,木下刚志多次与松井健进行线上会议,要求后者使用人工智能软件批量生成短视频,用来攻击小泉进次郎、林芳正等高市的党内竞争对手,同时“美化”高市形象。

2026年众议院选举期间,高市竞选团队还被指扩散针对在野党重要候选人的攻击抹黑内容,对象包括中道改革联合候选人安住淳、马渊澄夫、冈田克也、枝野幸男等。

“抹黑门”曝光后,在野党在国会质询中就此事向高市问责。对此,高市辩称自己和团队“完全没有做过此事”,也“从未委托过第三方发布视频”。在被问及木下刚志是否曾与视频制作方进行线上会议时,高市未正面回应,称“网络上存在海量往来信息,要逐一确认十分困难”,试图蒙混过关。

对于高市的这些辩解,《周刊文春》表示已掌握木下刚志和松井健

之间有关“抹黑门”的67份相关证据,包括短信和网络聊天记录等。

## 金钱开路 网络造势

此前就有日媒报道说,高市是日本政坛最擅长利用社交媒体为自身造势的政客之一。随着“抹黑门”的曝光发酵,高市这一“特长”再度引发舆论关注。

日媒指出,高市及其支持者长期利用“切片视频”塑造其“强势形象”。这类视频通常从国会答辨、电视节目、记者会中截取数十秒具有冲突性或情绪张力的画面,并配以夸张的标题、字幕和音乐,在社交媒体平台上快速传播。

今年众议院选举期间,高市相关宣传视频的异常传播数据引发争议。日媒说,自民党在选举公告发布、选战正式开始前上传的高市宣传视频,不到10天播放量便突破1亿次,这样的数据在政治类视频中极为罕见。外界推测,该视频很可能是作为广告在社交媒体平台投放,日本舆论随即质疑高市团队“究竟花了多少广告费”。

据日媒披露,2024年自民党总裁选举期间,高市团队支出的总宣传经费为8384万日元(约合356万元人民币),其中用于视频制作及社交媒体宣传的费用为3300万日元(约合140万人民币),占比约四成。

日本“继承和发展村山谈话会”理事长藤田高景对新华社记者说,高市领导的自民党之所以能在今年的众议院选举中取得压倒性胜利,一个重要原因就是高市在社交媒体领域投入巨资,利用金钱操纵舆论。

## 不择手段 道德缺失

“抹黑门”再次引发日本政界和舆论对高市的强烈质疑。立宪民主党参议员杉尾秀哉批评高市

在国会对该丑闻的辩解“答非所问”,企图以“不知道”“没记录”回避责任。他指出,如果相关报道属实,将是关系高市能否继续担任首相甚至国会议员的重大问题。《东京新闻》社论也认为,如果“抹黑门”属实,高市作为首相的合法性便会存疑。

面对在野党议员有关“如果媒体爆料与事实不符,高市应以损害名誉为由起诉对方”的疑问,高市并未明确表态,而是声称“要以公务为最优先事项并考虑诉讼可能造成的负担”。对此,前众议员小泽一郎提出质疑:如果相关报道毫无根据,高市方面理应承担;若真有此事且高市本人知情或参与其中,就应辞职。

在日本社会对政界长期缺乏信任的背景下,“抹黑门”使高市的政治诚信再次成为舆论焦点。在政治诚信问题上,高市“早有前科”。她涉嫌履历造假,曾声称自己在美国国会众议员手下担任过“立法调查官”。但有日本记者调查后指出,她的职务仅相当于无薪实习生,称自己担任“立法调查官”实属欺骗选民。

2024年自民党总裁选举期间,高市在竞选公告发布前,向自民党党员寄送写有其政策主张的宣传材料,被自民党总裁选举管理委员会认定违规并口头告诫。一同参选的现任日本内相茂木敏充当时批评高市:“不守规矩的人,也无法实施守规矩的政治。”

此外,高市还涉嫌多起政治资金问题,包括利用政治捐款“返还”制度牟利、在政治资金收支报告书上漏登款项等,不一而足。今年2月众议院选举后,她打着“祝贺当选”的旗号向300多名自民党籍众议员发放礼品,涉嫌违反《政治资金规正法》。

分析人士指出,从履历造假到选举违规,从政治资金问题到利用网络抹黑……诸多事例足以说明,为谋求权力而不择手段,高市的政治道德一再亮红灯。

(新华社东京5月28日电)

走进景区,自称“武松”的壮汉拉着你结拜兄弟、共饮一碗江湖酒;踏入城门,身着古装的“房玄龄”“杜如晦”笑眯眯拦住你,来一场即兴历史知识问答,答对了还能赢走一枚“开元通宝”。

从“古装侠客”“风流才子”到“逍遥神仙”“市井小贩”——近年来,国内景区掀起一股NPC(非玩家角色)互动热。原本出自游戏的随机角色,如今由真人扮演,入驻实景景区,成为与游客实时互动、推进剧情的关键人物。

热潮背后,是文旅行业从“看风景”向“人情境”的深刻转型。在加速职业化的同时,景区NPC该如何规范互动边界、深耕文化内涵?

## NPC成景区“流量担当”

“江东父老,我项羽回来啦!”今年“五一”假期,江苏宿迁项王故里景区的“五大项羽NPC天团”吸引众多游客互动打卡,景区接待游客超7万人次,同比增长超171%,营收增长近一倍。

西安大唐不夜城的“不倒翁小姐姐”,开封清明上河园的“小乞丐”、长春动植物园的“雪饼猴”……穿梭在古风市集、武侠江湖里的NPC们,凭借鲜活演绎成为吸睛焦点,有的甚至凭一己之力带火一座景区。

记者走访多地景区发现,景区NPC已突破单一摆拍合影模式,演化出多种类型。比如,“剧粉党”会领着游客沉浸式演故事;“服务型”从提供向导到非遗互动,在解决问题中增添趣味;从巡山的“小妖”到摇拨浪鼓的“货郎”,“氛围组”则力图让景区活起来。

这股风潮正在重塑一些景区的服务链条。在不少注重沉浸体验的景区,售票员、保安、保洁等一线工作人员也被纳入“角色扮演体系”。他们既要完成本职工作,也要身处戏剧情境,力求实现游客从入园到离场的“零出戏”体验。

有景区内部调研显示,参与过NPC互动的游客,在景区的日均停留时间能延长两三个小时。万岁山武侠城凭借NPC互动和“银票”玩法,年度营收3年激增15倍,去年实现12.7亿元。

“好的景区营销,是让游客自己成为故事的一部分。”江苏徐州旅游协会常务副会长丁盟说,真人NPC沉浸式互动,让静态山水、沉睡历史变得可感、可玩、可共情,为文旅市场注入新活力。

## 热潮之下的隐忧

专家表示,景区NPC走红,切中当下部分年轻游客的情绪。对一些缺乏核心IP的景区而言,NPC成为其低成本破圈的可行路径。然而,行业火爆背后,发展深层问题也逐渐显露。

不少游客注意到,一些NPC角色与本土文化脱节,表演程式化、同质化问题突出。

据统计,全国景区五大同质化角色为孙悟空、李白、唐僧、皇帝、侠客。“秦汉风华”“梦回大唐”“宋韵生活”“穿越明清”——有些景区的剧情、互动千篇一律,甚至连台词都简单复制粘贴。文旅策划师孙震指出,“从天女散花到满地撒花,抄来的只是皮囊”。

在流量焦虑下,一窝蜂的跟风与急功近利的变现,也让这片蓝海泛起

# 透视景区NPC热潮

□新华社记者 何磊静

浑沌泡沫。

部分景区以“日薪过千”“月薪数万”为招聘噱头,过度依赖网红颜值。有的招聘启事标明“无学历要求,颜值高即可”,甚至出现“无肌肉月薪200元”的规则。

有网友吐槽,一些浓妆艳抹、扭怩作态的表演将公共文旅空间变成“猎奇秀场”。部分NPC身披古装却无古韵,只会摆拍造势,忽略了历史底蕴的涵养。

为了留住游客,一些景区在互动尺度上“剑走偏锋”。从最初的执手浅笑,演变为牵手、拥抱甚至借位亲吻;“棒棒糖互动”等擦边行为“出圈”,引得一些景区竞相效仿。

此外,无锡拈花湾文化旅游发展有限公司董事长吴国平指出,作为新业态,NPC尚未被纳入国家职业分类大典,缺乏统一的行业标准和规范,从业人员发展路径不清、预期不稳、流动性高。不少NPC属于外包临时工或兼职,不仅要付出体力劳动,还要进行高强度的情绪劳动,而薪酬福利往往缺乏保障。

## 让NPC真正打动人心

受访人士表示,想要打破“昙花一现”的魔咒,唯有褪去浮躁,深耕文化内核,在创意与规范中找到平衡点。

“开封的NPC演水滸天经地义,西安的NPC主打盛唐文化,福建土楼的NPC围绕客家文化展开。”丁盟说,NPC需立足本土文脉深耕文化内核,着眼地方特色,将角色与文化深度绑定,才能塑造出兼具辨识度与生命力的IP。

南京师范大学旅游系教授侯国林指出,景区打造成功的NPC,绝非简单“雇人穿古装”,而是以沉浸式体验为核心的系统性内容生产工程。例如常州东方盐湖城,其NPC设定融入“人间、仙境、市井”的文化定位,从服饰道具到言行举止皆有章法,配合专业艺术班底支持,形成独特竞争优势。

专家建议,针对部分NPC低俗化倾向,需加快制定文旅沉浸式体验服务相关规范。同时,进一步完善包含历史文化知识、服务礼仪、应急处理等在内的培训考核体系,强化劳动保障,培养有专业门槛、有职业尊严的文化服务者。

丁盟表示,景区不宜将NPC作为“运营法宝”过度依赖,尤其对于中小景区,不应盲目追求大规模NPC团队,可结合自身特点采用轻量化运营模式。同时,推动NPC互动与餐饮、住宿、文创等业态协同融合;还可通过深化校企合作,与艺术院校共同定向培养NPC,为行业输送高素质专业力量。

“NPC的核心,从来不是扮演,而是共情——共情游客的情绪需求、体验需求,共情游客对美好生活的向往。”丁盟说。当真诚取代喧嚣,文化浸润互动,穿梭于山水古迹间的NPC,才能真正成为打动人心的“留量”密码,助推文旅产业高质量发展。(新华社南京5月28日电)



中宣部宣教局 中国文明网