

育儿津贴是生育支持政策的新举措

7月28日，国家育儿补贴制度实施方案正式公布，这是首次面向全国范围育儿家庭直接发放育儿现金补贴。方案规定，从2025年1月1日起符合法律法规规定的新生儿，无论一孩、二孩、三孩或多孩，每人每年均可领取3600元补贴，直至年满3周岁，按年发放，累计10800元；对于2025年1月1日以前出生且不满3周岁的婴幼儿（即2022年1月1日至2024年12月31日出生的孩子），则按2025年1月1日起应补贴月数折算计发相应补贴，至孩子3周岁。这是一项面向全民的全民性生育公共政策，是在生育领域改善民生的新政策，有助于缓解家庭养育压力。

从国家层面的经济支持来看，第一，这是继国家3岁以下婴幼儿照护、子女教育、赡养老人个税专项附加扣除标准提升之后的，又一个育儿现金补贴制度，对于构筑生育支持公共政策体系而言是一个利好消息。第二，提高生育率水平、努力

实现适度生育率是国家的战略目标。生育的基本盘在一孩，一孩家庭的生育养育体验至关重要，将一孩也纳入育儿补贴范畴，可以在一定程度上帮助缓解年轻夫妇的生育顾虑。第三，给予每个新生儿同等的育儿津贴。国家育儿补贴制度弥补了各地提出因孩次不同而采取的差别化生育津贴，保证了政策的普惠性和公平性，体现了生育公共政策公平公正的基本属性。第四，育儿补贴制度的出台有利于统一各地的育儿补贴标准，尽管规定地方政府可根据财力适当提标，但是可以有效避免差距过大的地方育儿补贴政策，避免攀比。第五，育儿补贴由新生儿父母一方或其他监护人按规定向新生儿户籍所在地线上线下申领，普惠性现金补贴直达家庭，增加育儿家庭的可支配收入，有助于提高获得感。

生育率提升注定是一条极其艰难的道路。生育率是中国未来人口变动的决定性力量，仅靠经济补贴难以完全解决育儿问题，还

需进一步完善普惠型托育服务、住房、教育、文化等领域的支持政策协同发力，综合应对。

第一，树立提升生育率的长期主义思想，主动适应和积极应对低生育率。因为人口、经济、社会、文化等方面的变动决定了生育率回升的道路崎岖、缓慢而漫长。要在思想上和行动上做好打持久战、打硬仗的准备，要摒弃人口增长和成年型人口年龄结构背景下规划经济社会发展的传统思维和做法，创新在人口负增长和老龄化加剧条件下做规划的新思维和新方法。

第二，加强婚育支持政策体系和婚育友好社会建设。婚姻是合法生育的前奏，生育是家庭的延续，是代际的传承，更是人类的永续。婚姻—家庭—生育本为一体，不能因为事权分属于不同的行政部门而割裂对待，只谈生育不谈婚姻是不全面的，提振生育率水平必须要婚育支持政策和婚育友好环境协同并进，加强部门间的协作。

第三，加速构建婚育公共服务政策体

系的国家框架。婚育支持政策是公共政策的重要构成，创建婚育支持政策体系需要遵循社会公共政策的准则，坚持同向而行的双驱发展原则，走自上而下的理论指导和思想统领，与自下而上的实践创新探索相结合的道路。

第四，用民生福祉改进的理念统筹和完善婚育支持政策体系。婚育支持政策与民生改善具有互促关系，鼓励婚育支持政策可以借助一系列民生激励措施和政策工具，如提供经济补贴、税收优惠、优化公共服务、改善育儿环境、增加婚育假期、提供人文关怀、落实充分就业、提高未来预期等，在婚育支持政策的具体措施中体现民生性。

第五，赋能青年，让他们在公平和充满希望的环境中组建家庭，国家和社会之所以帮助青年家庭，是因为他们确实需要各种支持，而非单纯的催婚催育，这是建设和完善新婚育支持政策和婚育友好社会的全新思路方向。（据《环球时报》）

抗战剧要尊重史实

当前，抗战微短剧以其轻量化、碎片化的传播特性，正成为大众表达家国情怀的重要载体，但部分作品呈现的“神剧化”倾向，用视觉奇观和荒诞叙事消解了全民抗战的历史深度，让这本应承载厚重历史的艺术形式陷入娱乐化的泥潭。

历史题材创作的本质是集体记忆的建构。微短剧虽然时长短、节奏快，但绝不能因此降低历史真实性的标准。那些让抗日战士施展武俠绝技的桥段，用美颜滤镜修饰的历史照片，本质上是对历史认知的失真处理，过度的艺术加工终将模糊历史的真实轮廓。我们不应忘记，在平型关大捷中，八路军将士是用简陋的步枪对抗机械化部队；在百团大战中，游击队员是以血肉之躯破坏日寇交通线。这些历史细节所蕴含的精神力量，远胜于任何虚构的“手撕鬼子”等视觉奇观。

抗战微短剧的流行说明，年轻一代并非抗拒主旋律，而是渴望更有时代感的表达方式。但形式创新不能以牺牲历史真实为代价，艺术想象必须建立在严谨的史实基础上。

我们用微短剧这种形式讲述抗战故事时应当明白：当创作者怀着敬畏之心还原历史现场时，那些真实存在过的勇气、牺牲与信念，自会穿越时空打动今天的观众；只有给天马行空的创作套上历史真实的缰绳，才能让80多年前的烽火，持续照亮我们共同的精神家园。

（据《云南日报》）

“清凉接力”把爱心传递得更广更远

近日，杭州市临安区总工会、玲珑街道总工会联合企业，共同启动“情暖户外劳动者 共建幸福临安城”爱心凉茶铺活动，为坚守在高温一线的户外劳动者送去清凉。

据报道，“清凉接力”在临安已经进入第4个年头，前3年共为户外劳动者送去5万多杯凉茶。今年更是有所升级，临安区总工会在全区各镇街户外劳动者聚集区搭起了20个凉茶铺，有的设在环境站、公交站，有的设在商业城、汽车城，有的设在卫生院、农贸市场，还有的设在集镇，方便户外劳动者喝水、休息。

酷暑时节，户外劳动者顶着炎炎烈日持续在高温下工作，常常汗流浹背，体力消耗比较大，需要定时休息和补充水分。临安区总工会充分考虑到各类户外劳动者的“活动半径”，把“爱心凉茶铺”设到他们的身边，精准对接户外劳动者的实际需求，不仅让他们可以及时解渴和休息，助力了防暑降温工作，而且以经济、实用、便利的茶铺为载体，通过“清凉接力”，更可以把爱心的“接力棒”传递得更广更远。

（据《劳动午报》）

“百万保额”仅保一万？网络保险岂能沦为文字游戏

“百万综合意外险”的醒目宣传让消费者对满怀期待，可点开细则才发现，“百万”仅针对飞机意外，普通意外身故保障缩水至10万元，医疗补偿更是只有1万元。上海消保委联合复旦大学的测评，曝光了部分互联网保险的套路：号称“不限健康状况”的重疾险，健康告知条款依旧存在；核心保障责任被藏在页面深处，诱人的宣传语却占据视觉中心。当“百万保额”成了“文字游戏”，无疑会侵蚀人们对相关产品的信任。

互联网保险宣传语中的“信息迷宫”，把互联网的便捷性异化成了欺诈的温床。“百万”“0门槛”“100%赔付”等极具冲击力的词汇放在宣传页上，限定条件、免

责条款等关键信息深埋在“文字海洋”或次级页面里，如此人为制造认知屏障，“确保99.99%的人不会去看”，这是系统性误导，是对消费者权益保护法的公然漠视。

“投保容易理赔难”的根源，在于失序的逐利逻辑压倒了契约精神与服务本质。互联网保险本应凭借技术打破信息壁垒，实现普惠便民的目的。然而，在“流量至上”与“快速变现”的指标驱动下，部分企业将严肃的金融契约降格为快消品营销套路，其不再依靠精准的风险定价与优质的理赔服务赢得市场，而是利用信息不对称，在消费者认知薄弱的环节设下陷阱，以此牟利。当“百万”承诺在理赔时缩水，消费者失去的不仅是金钱，更是对整

个行业的信任。长此以往，行业信誉将面临极大的风险。

值得欣慰的是，已有企业做出了正面示范。有头部互联网保险公司将核心保障与免责条款做成可视化图表，在投保页首屏展示，还配上了简洁明了的语音解读。该企业连续3年理赔满意度位居行业前列，投保量也稳步增长。这充分说明，透明化并非与盈利相悖，反而能赢得消费者的信任与青睐。

终结“文字游戏”，需要监管、行业、消费者等多方发力。监管要从“形式合规审查”转向“实质效果干预”。依据《互联网保险业务监管办法》，强制规定核心免责条款与限责条件，须以独立弹窗形式在投

保关键环节展示，并设置至少30秒的强制阅读时间。同时，建立保险宣传语“负面清单”，严禁使用“无条件”“百分百”等绝对化误导表述。同时要加强线上巡查，对恶意误导行为施以高额罚单，提高违规成本。行业要将“透明”置于首位，优化条款展示，设置7天投保“冷静期”。消费者也要提高警惕，投保前重点查看“保险责任”和“免责条款”，遇到误导可向银保监会投诉。

任何行业，若算计用户，终将自毁长城。当“百万保额”成了空洞的魔术，互联网保险的“便捷”就成了伤害消费者的利刃。保险的灵魂是风险共担，而非“电子迷宫”，只有各方共同努力，才能让互联网保险回归保障本质。（据《工人日报》）

热点观点 | 05

“快评”

“卷价格”转向“优价值”才是正道

引导企业将关注重点从“价格”转向“价值”，从“同行”转向“用户”，提升创新动力和市场竞争力，带来的将会是效率提升和技术进步，以及更多优质优价的产品和服务。

点评：

中央财经委员会第六次会议强调，“依法依规治理企业低价无序竞争”。新修订的反不正当竞争法明确：“平台经营者不得强制或者变相强制平台内经营者按照其定价规则，以低于成本的价格销售商品，扰乱市场竞争秩序。”从“原地卷”到“向上攀”，需要技术赋能，也离不开法治保障、机制创新。企业练好内功，行业协同共建，市场活力、创新潜能得到充分激发，让投资有回报、企业有利润、员工有收入、政府有税收，才能推动经济社会高质量发展。（据《人民日报》）

“机器人养老”是辅助而非替代

热潮之下，“机器人养老”也面临挑战与隐忧。目前，除硬件技术之外，数据短缺和智能局限是养老机器人面临的两大发展瓶颈。养老机器人价格居高不下与支付机制不完善、机器人深度介入养老场景带来的伦理争议也是其普及的障碍。

点评：

真正的“机器人养老”应是先进科技与人文关怀的共生体。面对机遇与挑战，持续推进养老机器人产业可持续发展，须构建技术创新、制度设计与伦理框架的“三角”支撑。技术层面上推进“产学研用”联动循环，制度创新聚焦支付机制优化与标准体系建设，伦理层面则进一步探索在技术创新与人文关怀之间构建平衡点，明确“辅助而非替代”原则和“人机协作”理念，确保技术服务于人的尊严。（据《光明日报》）

商场欢迎老人纳凉彰显城市温情

随着夏季高温天气的到来，消暑纳凉成为不容忽视的公共需求，也关乎老年群体的获得感。一些商场欢迎老年人纳凉的包容态度，恰似酷暑中的一股清流，有效满足了老年人的现实需求。商场此举虽然可能增加运营成本，但实际上既能够收获珍贵的社会认同，又可以为城市文明增添亮色，是一种双赢。

点评：

商场里的缕缕清凉，彰显的是善意，值得点赞。要想让这份善意可持续，离不开双向奔赴的文明自觉。老人在商场享受清凉时，应自觉守住净与静的边界，不随意躺卧占用通道，不大声喧哗影响他人，不随意取用物品。这些细微之处的自律，是对善意最直接的回馈。

暑热终会消退，但文明的记忆会沉淀。愿这份欢迎纳凉的善意成为更多场所的选择，更愿每一位纳凉者都能自觉守护这份心意，让文明之风在更多公共空间劲吹。（据《河北日报》）

菜市场向何处焕新

菜市场的升级改造不是对传统的简单复制，也不是对潮流的盲目追随，而是在尊重地方人文风貌、历史文化的基础上进行创造性转化。正如北京崇文门菜市场用老式灯箱营造出独特的老北京文化氛围，当年轻人举着手机在灯箱前打卡，老顾客在新环境中重遇记忆中的电烤串味道，菜市场也完成了从购物场所到情感载体的蜕变。这种空间再造，让菜市场既保持了接地气的本色，又具备了引流的能力。

点评：

从简单的食材买卖到提供代炒菜等服务，菜市场的服务半径得到了极大延伸。这种转变背后是对消费者需求的敏锐捕捉——在效率至上的当下，人们依然渴望热腾腾的家常味道。菜市场用一口锅、一把铲搭建起传统饮食文化与现代生活节奏之间的桥梁，这种功能拓展正是对其便民惠民初心的现代化表达。

当年轻人开始把逛菜市场当作一种生活方式，当老顾客在新环境中重拾旧日情怀，这场焕新潮启示我们：传统不等于落后，市井并不意味着低端，只要准确把握时代脉搏，最接地气的民生场所也能成为消费升级的前沿阵地。这不仅是一个行业的转型升级，更是一座城市如何让传统与创新共舞，让效率与温情并存智慧。（据《云南日报》）

“司导”兴起符合旅游发展新趋势

“司导”在便利游客出行的同时，还可以提供旅游咨询、行程规划、景点讲解及当地特色体验等服务。越来越多年轻人把“司导”作为自己的职业选择，呼应的是旅游行业发展的新趋势、新需求。

点评：

随着旅游消费市场的持续升级，许多游客出游早已告别走马观花式的“到此一游”，对旅游体验的需求呈现多元化与高品质的趋势。在这种背景下，服务升级提质是旅游行业发展的必然选择。当好游客的旅游顾问，把观光者变成“临时本地人”，让旅行从打卡变为沉浸式体验——这精准契合旅游市场的深层次变化，也正是“司导”的优势所在。

从“司导”的方向盘里，能看到旅游行业的转型方向。有关部门应积极顺应市场之变，出台相应保障举措，促进“司导”规范健康发展，不断提高旅游服务的精细化水平，更好满足群众对美好生活的向往。（据《河北日报》）

免责声明
西吉县农博家庭农场(统一社会信用代码:91640422MA772AFU5M)不慎遗失家庭农场公章,特此声明。