

从逐步推行免费学前教育看惠民红利

□王书芬

江海锐评

近日，国务院办公厅印发《关于逐步推行免费学前教育的意见》（以下简称《意见》），郑重宣布自2025年秋季学期起，免除公办幼儿园学前一年在园儿童保育教育费，并对符合条件的民办幼儿园就读儿童给予相应减免。这一重大政策，精准聚焦人民群众“急难愁盼”，切实回应了亿万家庭对“幼有优育”的热切期盼，是我国推动教育公平、增进民生福祉的关键一步，更是新时代国家发展成果惠及于民的生动体现。

《意见》立意高远，其最核心的价值指向，是“人民至上”执政理念在教育领域的坚实落地。政策制定以习近平新时代中国特色社会主义思想为根

本遵循，深入贯彻党的二十大精神及二十届二中、三中全会精神，将减轻家庭教育成本、提升基本公共服务水平置于中心位置。免除保教费的举措绝非仅为经济减负，而是直指教育公平这一社会基石，让每个孩子无论出身如何，都能在人生起跑线上获得更公正的起点。这彰显了国家将发展成果最广泛地转化为人民群众可感可及的幸福的坚定决心，是“办好人民满意的教育”这一庄严承诺在学前教育领域的具体兑现。

《意见》的显著特点在于其科学审慎的推进路径与系统周密的制度安排。政策遵循“强化普及普惠、稳妥有序推进”原则，既积极进取又稳扎稳打。在实施对象上，以公办园为先行主力，对民办园则采取“参照公办免除水平”进行差异化减免，既尊重市场规律，又确保普惠目标实现。在经费保

障机制上，政策明确“加大政府投入、经费合理分担”，特别是对因免费导致收入减少的幼儿园，要求财政部门精准补助，确保幼儿园运转与教师待遇不受影响。这种分类施策、政府托底的设计，充分考量了我国学前教育发展的复杂性与地区差异性，最大程度保障了政策的可持续性与实效性。

同时，《意见》对政策落地生根的保障体系提出了清晰要求。其特别强调发挥省级统筹作用，要求各地结合实际制定实施方案，无缝对接已有资助政策，确保国家政策与地方实践形成合力。在经费保障的生命线上，《意见》严令地方政府“及时足额拨付资金”，并特别警示“严禁拖欠教师工资”，这是幼儿园健康运行与教育质量的根本依托。同时，《意见》亦将监管责任压实，要求地方教育部门规范办园行为，“切实守护好在园儿童身心健康”，为政策阳光惠及儿童

筑起坚实防线。

《意见》的出台，为学前教育高质量发展注入了澎湃动力。它清晰传递出国家优先发展教育、坚持教育公益普惠属性的鲜明导向。这一政策必将有力缓解家庭生育养育的后顾之忧，为提升人口素质，促进社会公平注入源头活水。

当免费学前教育的阳光遍洒每一寸土地，当“入园难”“入园贵”的焦虑被政策温暖逐渐融化，我们看到的不仅是一项民生政策的兑现，更是国家发展成果惠及于民最切实的表达。要让这份承载万千家庭期待的美好蓝图化为现实，唯有各级党委、政府以高度的责任担当与务实作风，精耕细作，确保每一分投入都守护好祖国的幼苗，每一份责任都兑现为孩童的笑容。如此，免费学前教育方能在神州大地生根开花，真正成为托举民族未来的基石，让每个孩子都享有人生出彩的公平起点。

乐见暑期“观影热”激活消费新引擎

□瞿雁飞

今夏的银幕格外火热。截至8月初，全国暑期档电影票房已突破80亿元大关，超60部涵盖多元题材的影片集中上映，为观众提供了丰富选择。这股观影热潮，是文化消费强劲复苏的写照，更昭示着电影产业作为经济发展新引擎的巨大潜力和综合价值。电影市场的繁荣，正深度激活消费、带动就业、促进融合，为经济社会发展注入澎湃动能。

这股热浪首先体现在对消费市场的显著提振上。走进影院，日益成为撬动更大范围消费的起点。许多市民将“观影+”作为周末休闲标配，看完电影顺便聚餐、购物已成常态。电影《南京照相馆》的热映，让南京颐和路老建筑群成为新晋打卡地，影片中的老式相机模型在电商平台月销量突破10万件。从影院到商圈，“观影+”的复合消费模式，有效连接起文化价值与消费动力，成为拉动内需的重要纽带。

电影市场的繁荣，直接转化为就业岗位的增加与劳动者收入的提升。市场的火爆使得影院及相关服务环节用工需求激增。这种就业增长呈现“量质齐升”：岗位数量显著增加，涵盖不同层次；薪酬待遇持续改善。电影经济表明，文化消费的繁荣不仅能满足精神需求，更能成为稳就业、惠民生的重要支撑点。

电影产业的能量，更在于其强大的融合创新与价值变现能力。中小成本动画《浪浪山小妖怪》凭借精良制作和口碑，不仅在线取得佳绩，更通过开发绘本、手办等周边产品实现票房外持续热销，成为“上映靠票房、长尾靠衍生”的成功范例。同时，一个显著变化是，《2025中国电影观众变化趋势报告》显示，三、四线城市观众占比超40%，“小镇青年”成为最重要的增量观众群体。这揭示了电影市场下沉的巨大潜力。多地政府敏锐把握趋势，积极将影院建设纳入新建商业综合体规划，打造集观影、购物、餐饮、休闲于一体的消费新场景，促进文化消费与城市商业发展的良性互动。

暑期档电影产业掀起的“热浪”，生动诠释了文化产业在扩内需、稳就业、促融合方面的多重效能。要让电影经济持续发挥引擎作用，关键在于构建长效机制：持续繁荣离不开多元优质的影片供给，满足不同需求，共同做大市场；创新是核心动力，题材挖掘与形式探索能开辟新空间；更需重视产业链上下游协同发力，从内容创作、制作发行到衍生品开发、文旅联动，形成环环相扣的完整链条。只要坚持内容为本、创新为要、产业协同，电影产业必将更好地担当新引擎重任，在服务人民美好生活、促进高质量发展中书写精彩篇章。



南通美味抢“鲜”忙

自8月5日“小开捕”以来，启东吕四渔港新鲜捕捞的梭子蟹经快速分拣、专线运输等全链路提速保鲜，在最短时间内送至全国餐桌。
薛浪画

别让“腐败亚文化”侵蚀社会公平

□李婕

另一方面当自身利益相关时，却又因害怕吃亏而不自觉地参与其中。这种心理的恶性循环，加上一些通过不正当手段获利者的“示范效应”，使得“腐败亚文化”逐渐在社会中蔓延。

“腐败亚文化”具有极强的渗透性和扩散性，一旦盛行，危害极大。它会败坏社会风气，让人们对于腐败行为的容忍度不断提高。在其长期影响下，人们对腐败的道德羞耻感逐渐降低，原本违背公序良俗的行为可能会演变成一种习惯，甚至成为部分人追求利益的“常规手段”，严重影响社会的公平正义和健康发展。

古人云：“入芝兰之室，久而不闻其香；入鲍鱼之肆，久而不闻其臭。”文化看似无形，却有着强大的力量，它塑造着个人的价值观和行为准则，也影响着整个社会的风气和国家的形象。习近平总书记强调：“如果升学、考公务员、办企业、上项

目、晋级、买房子、找工作、演出、出国等各种机会都要靠关系、搞门道，有背景的就能得到更多照顾，没有背景的再有本事也没有机会，就会严重影响社会公平正义。”这深刻指出了“腐败亚文化”破坏公平的本质。

从根源上看，“腐败亚文化”是不正确权力观的延伸，既受传统文化中“官本位”、“特权思想”等糟粕的影响，也受西方利己主义思想的侵蚀。要消除“腐败亚文化”，必须多管齐下。

完善制度体系是关键所在。南通近年来不断加强制度建设，在公共资源交易、干部选拔任用等领域建立健全严格

的制度规范，明确各项流程和标准，减少人为操作空间，扎紧制度的笼子，让权力在制度的轨道上运行。只有让规则清晰明确，才能减少“歪门道”的生存空间，让人们清楚知道什么可为、什么不可为。

加强思想教育是抵御“腐败亚文化”的重要手段。在南通，通过开展廉洁文化进社

区、进企业、进学校等活动，传播廉洁理念，弘扬清风正气。只有让廉洁思想深入人心，用马克思主义廉洁观武装头脑，汲取中华优秀传统廉洁文化的养分，才能让人们从内心深处抵制“潜规则”，自觉维护公平正义。

推动法治建设是破除“腐败亚文化”的重要保障。严格执法能够有效减少权力的自由裁量权，杜绝“寻租”行为。同时，畅通群众监督渠道，对违规行为进行公开曝光，让权力在阳光下运行。我市积极推进政务公开，鼓励市民参与监督，对发现的违规干预、不正当操作等行为严肃查处，形成强大的法治威慑力。

新时代里，加强廉洁文化建设刻不容缓。只有让廉洁文化成为社会主流，让公平正义的价值观深深入人心，才能净化社会风气，推动社会朝着更加美好的方向发展。我们要坚决抵制“腐败亚文化”，守护公平正义的底线，让每个人都能在公平的环境中追求梦想、实现价值。

观点声音

坐电梯爬山、缓降式蹦极、躺平式漂流……据8月12日《工人日报》报道，这个暑期，一种被戏称为“窝囊旅游”的新型旅行方式正在年轻人中悄然兴起，其核心特征是将传统旅游项目中的体力挑战元素降至最低，以低门槛、低强度的投入换取情绪价值体验。这种追求“最小体力消耗、最大心理舒适”的旅行模式，与传统观念中“跋山涉水、挑战自我”的旅游方式形成鲜明对比，以重在“取悦自己”的属性，成为当下年轻人出行游玩的“新宠”。“窝囊”本是个贬义词，而“窝囊游”则是年轻人的一种自嘲，展现了他们独特的生活态度。“窝囊游”之所以走红，关键在于精准戳中了这一届年轻人“又菜又爱玩”的矛盾心态。传统端板的自由落体让人望而却步，缓降装置可让肾上腺素与安全感达成和解；徒步登山的疲惫劝退懒人，观光电梯则让“登顶成就感”与“零体力消耗”兼容；激流漂流的狼狈让人却步，躺平式随波逐流便将刺激感转化为“山水间神游”的惬意……“窝囊游”的流行还折射出年轻人更追求旅行消费中的情绪价值。在平日较大的工作压力之下，一些年轻人早已厌倦“用假期累垮自己”的旅行，而是更需要“少点体力消耗，多点心理舒适”的疗愈，“窝囊游”正好满足了这份需求，让旅行不再是“证明自己能吃苦”的勋章，而成为“取悦自己最重要”的宣言，以及当代人对抗压力的“减压阀”。“窝囊游”的流行更给文旅市场上生了一课，倒逼其完成从“标准化供给”到“个性化满足”的迭代。当玻璃栈桥、天空之镜等“网红项目”陷入被复刻的怪圈，“窝囊游”的流行启示我们：景区不必执着于“全民通吃”，而应读懂不同群体的需求，深耕“细分赛道”——为体力有限者设一部登山电梯，为胆小者安排一种温和蹦极，为疲惫者留一片躺平水域，甚至是在蹦极台边多一句鼓励，在登山扶梯旁加一排降温水雾……这些细节里藏着的“温度”，或许比任何营销都更能留住游客。当文旅行业既能容得“特种兵”的急速冲锋，也能纳下“窝囊者”的悠闲自在，才算真正理解了“以人为本”的深意——最好的风景，永远是“我觉得舒服”的风景。

——工人日报《“窝囊游”走红给文旅市场上了一堂创新课》

薏米水、黄芪水、红枣枸杞水……是不是听上去就很养生？没错，部分商家打的正是养生牌。记者调查发现，正值夏日酷暑，“养生水”成为了货架的新宠，然而一些品牌在产品功效的宣传上玩起了文字游戏，强调所谓“药食同源”“超级食物”等概念，暗示产品具有减肥、养生等功效。从中药餐饮逐渐“火出圈”，到八段锦等传统保健方式盛行，年轻人的中式养生理念正在“血脉觉醒”。随着生活节奏变快，工作压力增加，在不少人看来，这似乎构成了一个悖论：一边是迫切需要养生，一边又是不够时间来养生，省时便捷的“轻养生”便成为了健康平替，“养生水”甚至被称为“打工续命水”。从概念上看，《广告法》明确规定，普通食品不得明示或暗示具有预防、治疗疾病的功能，“养生水”本质上不过是一种新型饮料，要警惕擦边球式宣传；从实际功效来看，药食原料理论上有着养生作用，可一瓶养生水就那点有效成分，恐怕不太指望能达到预期，若是为了追求作用而过量饮用，搞不好还会摄入不少代糖和添加剂，增加心脏和肾脏的负担，这更像是一个真正的悖论；从供给端来看，目前该赛道入场者众多，同质化竞争严重，且缺乏行业标准，前不久某知名饮料品牌董事长还直言，“目前还没有能够真正生产中式养生水的企业”，监管部门是得有所行动了。对消费者而言，他们未必意识到营销噱头的存在。有的人只当它是“次优选”，哪怕吹得有点过，那也不是不能接受，至少比奶茶要健康吧；有的老人衷爱“养生水”买单，买的就是“养生”这两个字的情绪价值，俗称“安慰剂”。毕竟，如果真想养生，其实白开水就很不错，可问题是，它太唾手可得了，反倒体现不出“补”的努力，不足以减轻“耗”的负罪感。从这个意义上讲，“养生水”和啤酒里的枸杞，可乐里的党参，熬得最狠的那一夜里涂的最贵眼霜，并无根本上的区别。真正的养生，须从“正心”开始。健康没有什么“多快好省”，也不是“一正一负便可抵消”，还得分清什么是“主食”，什么是“辅餐”，舍本逐末的事少做为妙。

——南方日报《追捧“养生水”当心适得其反》

近日，“问政江西”网站上一则关于“丰城市人民医院耳鼻喉科医生乱收费”的回复引发网友关注。此前，有网友在该平台投诉称，该院在为患者手术期间，要求额外支付5000元专家费，该费用单独交给医生个人，不计入住院费用；手术结束后，医院还收取150元餐费。随后，丰城市卫健委发布通报称，举报所涉“收费问题”系患者及其家属要求外院专家做手术，自愿承担相关费用，并签好相关同意书。该做法不违反法律规定，且该名外请专家已在丰城市人民医院备案。患者先主动恳请外院专家做手术，术后又反手举报，这一行为在社会上引发“过河拆桥”的批评，这是值得重视的一种现象。患者签署的不仅是费用同意书，更是对“跨院诊疗”这一诊疗模式的确认。若术后以“乱收费”为由进行举报，按照社会同情弱者的惯性思维，医院和医生很可能因此招致争议。当地卫健委的通报，是基于现行医疗管理制度《医师外出会诊管理暂行规定》作出的公允表态。以制度条文为基础进行回应，既维护了患者和家属的知情权，也肯定了医疗机构在框架内的合规操作。尤其要看到，若“先同意后举报”的操作模式被效仿，将对外院专家会诊制度造成根本性伤害。当前，我国优质医疗资源分布不均，基层医疗机构通过外请专家的方式，可让患者免于异地求医之苦，这种专家跑腿代替患者跑腿的方式，体现出对患者的关爱。若专家因担心术后被举报而拒绝外出会诊，部分患者就只能折腾到大医院就诊。面对个案争议，判断是非只能依据事实，而不是为了息事宁人就简单地判定医院和专家违规。期望通过更细致的规则设计，让专家下基层会诊成为阳光透明的医疗服务，在维护好患者正当利益的同时，消除专家下基层的疑虑。

——新京报《面对患者反手举报，卫健委为“飞刀”手术撑腰》

近日，福建龙岩一单亲妈妈发视频称，她带四个孩子坐高铁回家探亲，其中两名儿童在6周岁以下、两名儿童已年满6周岁。女子提出给两名6周岁以上的儿童补票，列车员则要求除此以外还需给一名6周岁以下儿童补票，遭到女子质疑。这个话题登上了热搜。从法律角度说，女子带四名儿童乘坐高铁，需要补3张儿童票，其中一名6周岁以下的儿童也要补票，列车员的要求无可厚非，符合火车票购票政策规定。根据交通运输部制定的《铁路旅客运输规程》第十二条的规定，每一名持票成年人旅客可以免费携带一名未满6周岁且单独占用席位的儿童乘车；超过一名时，超过人数应当购买儿童优惠票。一名6周岁以下儿童免票的边际成本很低，大人可以怀抱小孩，不占座位也不占空间，对铁路客运几乎没有影响。但是，一个大人携带的儿童超过一名时，必定有孩子会占用火车空间，相应地意味着铁路公司会少卖一张火车票。事实上，在“三孩时代”的今天，仍然延续独生子女时代的仅有一名儿童可以享受免票优惠的铁路儿童免票政策，明显不合时宜、不近人情，已经滞后于时代现状，不适应“三孩时代”的家长需求。这样的铁路儿童免票政策实质上变成了对“二孩家庭”“三孩家庭”的一种变相歧视，让带着两个、三个孩子出门的家长很受伤。公共服务都应当跟上“三孩时代”的脚步，包括铁路儿童免票政策在内的各种儿童免票政策、儿童优惠政策需要与时俱进，改一改“仅有一孩免票”这种老规矩，以适应“三孩时代”的家长新需求，并作为建设生育友好型社会的基本配套政策。另外，政府应当引导、鼓励市场主体顺应“三孩时代”的家长新需求，推出“供给侧结构性改革”。比如，旅游景区推出“二孩”“三孩”家庭套票，酒店推出“二孩”“三孩”家庭套房等。

——扬子晚报《儿童免票政策应跟上“三孩时代”新变化》

市场监管总局近日组织起草了《网络食品交易第三方平台和入网食品销售企业落实食品安全主体责任监督管理规定(征求意见稿)》(以下简称《征求意见稿》)，向社会公开征求意见。当“手机点一点，美食送上门”成为越来越多人日常生活不可或缺的一部分，网络食品交易的安全问题也日益牵动人心。网络食品交易作为新兴业态，其交易主体多、链条长，安全监管难度大，《征求意见稿》既瞄准民生痛点，为网络食品安全筑起防火墙；又抓住监管重点，压实了平台企业和入网销售企业的责任。尤其是平台，在食品安全监管中至关重要，作为连接商家与消费者的枢纽，既是规则制定者，也是秩序维护者，更是第一道“守门人”。管住了平台，就相当于管住了网络食品安全的总闸门。压实平台责任，绝不是给企业添负担，而是为行业发展筑根基。不可否认，严格的管理或许会增加平台运营成本，但换个角度看，一个规范有序的平台更值得消费者依赖。随着包括AI在内的新技术不断涌现，平台经济会不断产生当前监管没有覆盖的新模式、新问题、新情况，因此，监管方式也需要与时俱进，不断创新。食品安全大于天，网络食品交易的健康发展，离不开平台、商家、监管部门和消费者的共同参与，但平台最为关键。只有把平台的责任压实了，把管理的链条扣紧了，网络食品安全这桌“民生大餐”才能吃得放心、安心。

——广州日报《网络食品安全责任要压实再压实》

畅通“直供直销”，激发农产品消费活力

□徐杰

持续激活农村消费市场活力。

农业搭台，经济唱戏。促进农产品产销更好对接，推动优质农产品从田间地头飞入寻常百姓家，是实现乡村振兴的应有之义，也是促进农业发展的关键一招。自2024年1月海安市供销合作社首家“供销超市”开业以来，我市供销系统一直在拓展经营思路、积累实践经验，为广大群众提供更特色美食，进一步降低流通成本，提高农民收入，截至目前，全市已开设9家供销超市，南通名优农产品品牌影响力正持续扩大。

好产品要有好的销路，就必须让老百姓看得见、摸得着，才能更好地激发消费意愿。面对种类众多、品质各

重要的农产品，如何让老百姓对高品质农产品的需求转化为切切实实的购买力，关键还是要让老百姓可看可感，把宣传中的高品质转化为具体的营养指标。通过一段时间的摸索，直销超市在丰富优质农产品供给、满足多层次消费方面给出了答案，从源头把控农产品品质、到汇集各地特色农产品等拿出了新的举措。

比如，满足市区居民尝鲜需求，精心打造“南通名优农产品专区”，汇集了狼山鸡、如东海鲜、海安丝绸等二十余种具有地理标志和地域特色的优质农产品。再比如，通过集中陈列、突出特色，结合现场试吃，有效提升本地特产的知名度和市场份额，有效提升本地特产的知名度和市场接受度。可以说，提供更多高品质农产品，既是满足群众从吃得饱到吃得好