



北疆观察

为生育减负 为幸福加分

◎籍海洋

最近,中共中央办公厅、国务院办公厅发布《育儿补贴制度实施方案》。根据方案,从2025年1月1日起,无论一孩、二孩、三孩,每年均可领取3600元补贴,直至年满3周岁。育儿补贴政策的落地,释放出国家用真金白银支持生育、实打实为育龄群体减负的积极信号,引发社会各界广泛关注。

人口问题是“国之大者”,关乎国计民生和家庭幸福。近年来,国家接连放大招,通过扩大生育保险覆盖面、延长产假、设立育儿假、加大普惠托育服务供给等措施,加快完善生育支持政策体系。对此,内蒙古进行了许多有益的探索和实践,加快完善落实生育支持措施,以更精细的政策举措托举群众多元化的生育需求,切实减轻家庭生育、养育、教育等方面负担,给不少育龄家庭递上了一颗定心丸,让生育友好既可感又可及。

生育支持政策涉及方方面面,找准发力点十分关键。可以看到,在鼓励生育的政策工具箱里,发放育儿补贴无疑是最直接、最让人有获得感的办法。一段时间以来,内蒙古各地也在朝着这个方向持续发力:截至今年4月,全区已累计向参保职工支付生育津贴27.77亿元;呼和浩特市推出组合拳式生育支持政策,从生育一孩补贴1万元、生育二孩补贴5万元、生育三孩及以上补贴10万元,到为产妇每天提供“一杯奶”,可谓含金量十足……当较高的育儿成本让许多家庭在生育问题上犹豫不决,政府拿出真金白银为育龄家庭提供支持,是落实以人为本、

投资于人的需要,也是促进人口高质量发展、更好释放人口红利和人才红利的当然之举。实践证明,只有提升政策的精准度和穿透力,真正为生育减负、让生活提质,生育意愿的提升才会顺利成章。

育儿补贴只是完善、优化生育支持政策体系的其中一环。随着2025年春季学期学前教育免学费政策的落地,鄂尔多斯市准格尔旗完成了从幼儿园到高中15年全程免费教育的体系构建;包头市、根河市等地增设相对灵活、弹性上班的“妈妈岗”,促进婚育女性更好平衡事业与家庭;不少社区开设公益性质的假期托

管服务,构建起需求精细化、服务特色化、运营可持续的托管体系。可见,建设生育友好型社会,并不是一个抽象的概念,而是体现在为群众办好一件件小事之中。立足实际需求,将生育友好、儿童友好的理念融入制度决策、人员配备、场地设施、保障机制、激励政策等各方面,不断补齐基础设施短板,丰富优质公共服务供给,才能更好满足人民群众对美好生活的向往。

建设生育友好型社会是一项系统工程,既需要在公共服务优化和管理精细化上做加法,也需要不同群体间多一些相互理解,携手打造更加和谐包容的社会环境,让生育不再是“甜蜜的负担”,而是“幸福的期待”。

“参加第一期‘北疆家服’培训,考取了育员证书,我有了一技之长,留京就业月入8000元,干劲儿别提多足了。”近日,在内蒙古家政从业人员培训班上,来自呼伦贝尔的王莉平激动地说。此次培训项目是深化京蒙劳务协作,提质扩容“北疆家服”劳务品牌,持续推进京蒙两地资源共享、优势互补、共促就业的重要举措之一。

当前,市场越来越注重品牌建设,劳务品牌的区域性、行业性特质也愈发显著。例如山西的“天镇保姆”“吕梁护工”,四川的“金堂焊工”,安徽的“绩溪徽厨”等,都拥有较高市场知名度,从业人员一般具有优秀素质技能和优质服务质量,成为劳动力市场上的金字招牌。

劳务品牌具有地域特色、行业特征和技能特点,带动就业能力强,是推动产业发展、推进乡村振兴的有力支撑。同时,劳务品牌能够扩大劳务输出的覆盖面,将优质劳务资源合理分配,实现专业性人才的均衡分布,让优质劳动力享受高标准高质量待遇。现实中,一些优质劳务品牌的兴起,既源于当地独特的地域文化底蕴,也得益于当地深入挖掘优势资源,对就业优势精心培育。

此前人社部、国家发改委等部门印发《关于劳务品牌建设的指导意见》,鼓励通过市场化运作、规范化培育、技能化开发等举措推动劳务品牌知名度明显提升,带动就业创业、助推产业发展效果显著增强。近年来,内蒙古有关部门聚焦北京“一老一小”家政市场需求,创新开展岗位需求+技能培训+技能评价+就业服务的“四位一体”项目化培训,培养高端家政服务从业人员,提升技能和服务水平,扩大“北疆家服”劳务品牌影响力,促进内蒙古劳动力在京稳定就业增收。

推动领军劳务品牌持续涌现,一方面要开展劳务品牌技能培训,培养劳务品牌技能带头人,提高劳务品牌技能含量,健全长期稳定的劳务输出渠道,扩大劳务品牌就业规模,开展劳务品牌诚信评价和诚信经营自律承诺行动,增强劳务品牌信誉;另一方面,要加速劳务品牌壮大升级,鼓励劳务品牌从业人员创新创业,加快落实场地、房租等各项扶持政策,打造细分行业专精特新劳务品牌,推动劳务品牌上下游产业链协同发展。

总之,立足各地产业优势、聚焦技能特色,精准培育一批劳务品牌,为劳动力贴上鲜明的“就业名片”,让劳动者就业舒心、用工企业用工放心,就能持续提升劳务经济的质量与效益,为经济社会高质量发展筑牢根基。



童真不是流量密码

◎赤天

近期,一些MCN机构违规签约未成年人,利用严苛合同迫使其实时直播的现象在网上引起广泛关注。这些机构以“流量扶持”“出名”“打造网红”等虚幻承诺和短期利益为诱饵,诱导家长和未成年人签下不平等合作协议,一些未成年人深陷其中、难以脱身。

3岁孩童频繁吃播体重飙升,4岁女孩摆拍视频累到瘫软,10岁小朋友为带货频繁请假近毁学……网络视频平台上,一个个爆火的小网红、短视频、直播背后,是MCN机构的无底线炒作,是平台的漠视与放任。利用未成年人博取流量和关注,不仅折射出流量经济的野蛮生长,更反映出家长、学校、网络平台等多方在教育引导、审核把关上的缺失。

身处互联网时代,内容生产往往遵循着流量逻辑,天真无邪、乖巧可爱的孩子,无疑能打动受众、吸引眼球。但“流量经济”在让成年人获利的同时,也可能损害着孩子们的身心健康,甚至挑战公序良俗、法律法规。

在一些博取眼球的视频中,孩童被恶搞着做出怪异举动,生硬地念着与年龄不符的成人台词;部分创作者为制造争议,刻意将未成年人置于冲突场景中虚假摆拍,只为收割流量;更有不良内容借扭曲的言行误导价值观,靠着违规手段躲避平台监管……这些利用未成年人形象传播的不良信息,不仅会让孩子在耳濡目染中形成错误的价值导向,将“出名”“赚钱”凌驾于成长本身,还会模糊公众对未成年人保护的认知底线,让流量至上的歪风侵蚀社会对童真的珍视与守护,更对未成年人的心理健康造成隐性伤害,使他们过早承受不属于这个年纪的压力与评判。

童年是孩子们德智体美劳等综合素质培养的关键时期,理应培养健康的兴趣爱好、开拓视野,汲取知识养分充实自身。一些机构把未成年人带入互联网经济中,将打造“儿童网红”当作吸引流量的工具,此类行为无视未成年人身心发展特点,违背孩子主观意愿,将童真童趣异化为流量工具,对未成年人造成的负面影响不言而喻。对此类行为,必须明确边界、严格规范,共同呵护未成年人的健康成长。

平台作为内容传播的重要关口,必须主动扛起主体责任,既要强化内容审核力度,组建专业的未成年人内容审核团队,更要优化算法推荐机制,从源头阻断不良内容的精准推送路径。对于涉嫌违法的行为,更需要亮出法律的利剑,追究相关机构和人员的法律责任,形成强大震慑。

流量“啃小”、童真“变现”,这种以牺牲未成年人身心健康为代价的畸形流量生态,必须坚决遏制。唯有家长尽到监护之责、平台守好审核之关、监管筑牢法律之网,多方协同发力织密未成年人网络安全屏障,才能真正守护好孩子们的纯真童年,让网络空间成为滋养成长的阳光净土。



劳务品牌大有可为

◎吴学安

“参加第一期‘北疆家服’培训,考取了育员证书,我有了一技之长,留京就业月入8000元,干劲儿别提多足了。”近日,在内蒙古家政从业人员培训班上,来自呼伦贝尔的王莉平激动地说。此次培训项目是深化京蒙劳务协作,提质扩容“北疆家服”劳务品牌,持续推进京蒙两地资源共享、优势互补、共促就业的重要举措之一。

当前,市场越来越注重品牌建设,劳务品牌的区域性、行业性特质也愈发显著。例如山西的“天镇保姆”“吕梁护工”,四川的“金堂焊工”,安徽的“绩溪徽厨”等,都拥有较高市场知名度,从业人员一般具有优秀素质技能和优质服务质量,成为劳动力市场上的金字招牌。

劳务品牌具有地域特色、行业特征和技能特点,带动就业能力强,是推动产业发展、推进乡村振兴的有力支撑。同时,劳务品牌能够扩大劳务输出的覆盖面,将优质劳务资源合理分配,实现专业性人才的均衡分布,让优质劳动力享受高标准高质量待遇。现实中,一些优质劳务品牌的兴起,既源于当地独特的地域文化底蕴,也得益于当地深入挖掘优势资源,对就业优势精心培育。

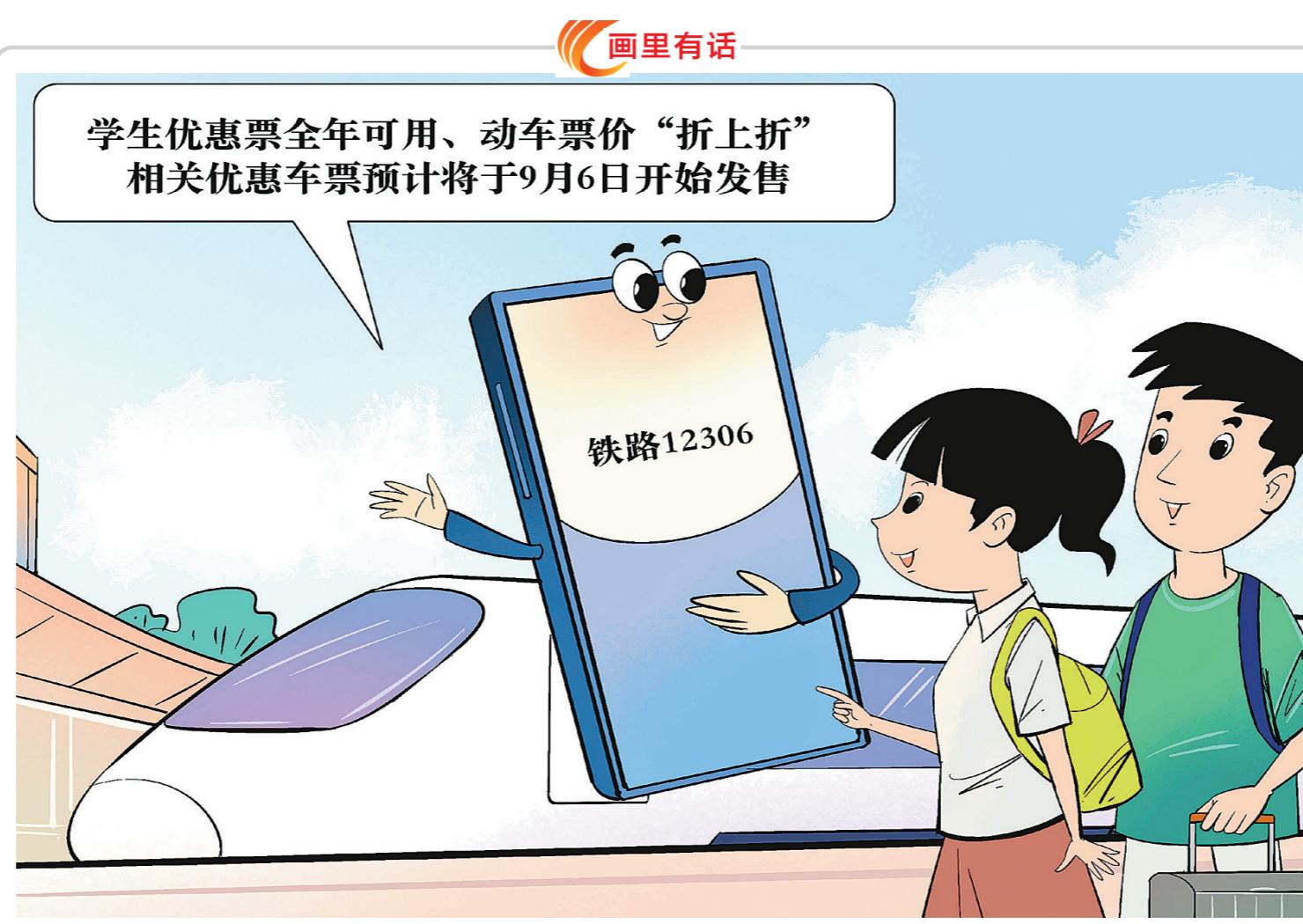
此前人社部、国家发改委等部门印发《关于劳务品牌建设的指导意见》,鼓励通过市场化运作、规范化培育、技能化开发等举措推动劳务品牌知名度明显提升,带动就业创业、助推产业发展效果显著增强。近年来,内蒙古有关部门聚焦北京“一老一小”家政市场需求,创新开展岗位需求+技能培训+技能评价+就业服务的“四位一体”项目化培训,培养高端家政服务从业人员,提升技能和服务水平,扩大“北疆家服”劳务品牌影响力,促进内蒙古劳动力在京稳定就业增收。

推动领军劳务品牌持续涌现,一方面要开展劳务品牌技能培训,培养劳务品牌技能带头人,提高劳务品牌技能含量,健全长期稳定的劳务输出渠道,扩大劳务品牌就业规模,开展劳务品牌诚信评价和诚信经营自律承诺行动,增强劳务品牌信誉;另一方面,要加速劳务品牌壮大升级,鼓励劳务品牌从业人员创新创业,加快落实场地、房租等各项扶持政策,打造细分行业专精特新劳务品牌,推动劳务品牌上下游产业链协同发展。

总之,立足各地产业优势、聚焦技能特色,精准培育一批劳务品牌,为劳动力贴上鲜明的“就业名片”,让劳动者就业舒心、用工企业用工放心,就能持续提升劳务经济的质量与效益,为经济社会高质量发展筑牢根基。



学生优惠票全年可用、动车票价“折上折” 相关优惠车票预计将于9月6日开始发售



近日记者从中国国家铁路集团有限公司获悉,铁路部门将优化学生旅客购票出行措施,推出学生优惠票全年可用、动车票价“折上折”,让学生购票出行更加灵活方便、得到更多实惠。相关优惠车票预计将于9月6日开始发售。

新华社发 勾建山作

学生票新优惠

◎赤天

近期,一些MCN机构违规签约未成年人,利用严苛合同迫使其实时直播的现象在网上引起广泛关注。这些机构以“流量扶持”“出名”“打造网红”等虚幻承诺和短期利益为诱饵,诱导家长和未成年人签下不平等合作协议,一些未成年人深陷其中、难以脱身。

3岁孩童频繁吃播体重飙升,4岁女孩摆拍视频累到瘫软,10岁小朋友为带货频繁请假近毁学……网络视频平台上,一个个爆火的小网红、短视频、直播背后,是MCN机构的无底线炒作,是平台的漠视与放任。利用未成年人博取流量和关注,不仅折射出流量经济的野蛮生长,更反映出家长、学校、网络平台等多方在教育引导、审核把关上的缺失。

身处互联网时代,内容生产往往遵循着流量逻辑,天真无邪、乖巧可爱的孩子,无疑能打动受众、吸引眼球。但“流量经济”在让成年人获利的同时,也可能损害着孩子们的身心健康,甚至挑战公序良俗、法律法规。

在一些博取眼球的视频中,孩童被恶搞着做出怪异举动,生硬地念着与年龄不符的成人台词;部分创作者为制造争议,刻意将未成年人置于冲突场景中虚假摆拍,只为收割流量;更有不良内容借扭曲的言行误导价值观,靠着违规手段躲避平台监管……这些利用未成年人形象传播的不良信息,不仅会让孩子在耳濡目染中形成错误的价值导向,将“出名”“赚钱”凌驾于成长本身,还会模糊公众对未成年人保护的认知底线,让流量至上的歪风侵蚀社会对童真的珍视与守护,更对未成年人的心理健康造成隐性伤害,使他们过早承受不属于这个年纪的压力与评判。

童年是孩子们德智体美劳等综合素质培养的关键时期,理应培养健康的兴趣爱好、开拓视野,汲取知识养分充实自身。一些机构把未成年人带入互联网经济中,将打造“儿童网红”当作吸引流量的工具,此类行为无视未成年人身心发展特点,违背孩子主观意愿,将童真童趣异化为流量工具,对未成年人造成的负面影响不言而喻。对此类行为,必须明确边界、严格规范,共同呵护未成年人的健康成长。

平台作为内容传播的重要关口,必须主动扛起主体责任,既要强化内容审核力度,组建专业的未成年人内容审核团队,更要优化算法推荐机制,从源头阻断不良内容的精准推送路径。对于涉嫌违法的行为,更需要亮出法律的利剑,追究相关机构和人员的法律责任,形成强大震慑。

流量“啃小”、童真“变现”,这种以牺牲未成年人身心健康为代价的畸形流量生态,必须坚决遏制。唯有家长尽到监护之责、平台守好审核之关、监管筑牢法律之网,多方协同发力织密未成年人网络安全屏障,才能真正守护好孩子们的纯真童年,让网络空间成为滋养成长的阳光净土。

画里有话

学生优惠票全年可用、动车票价“折上折” 相关优惠车票预计将于9月6日开始发售

近年来,直播助农如雨后春笋般兴起,这本是借助互联网东风,为农产品打开销路、助力乡村振兴的好事,然而直播中的一些乱象却让助农初衷变了味。

日前有媒体报道,不少农民朋友反映他们在网上遇到了一批假冒的农技专家。记者调查发现,短视频平台上上有上百个“农业专家达人”账号,不少都标注了某电商机构的名称。记者在该机构所在电商基地了解到,直播中“专家”身份均为虚假信息,相关人员大多不懂农业,负责人甚至称那天“农资”的钱不好赚了,用同样的套路卖别的货也一样能赚钱。

除了冒充农技专家带货,还有部分直播间使用“造人设、博流量、演剧本”的套路,通过雇佣演员、编造剧本,营造出助农的虚假景象。他们声泪俱下地讲述着农民的艰辛,信誓旦旦地承诺要帮助农民致富,实则诱导消费者冲动下单,将助农变成了一场精心策划的营销骗局。

直播助农本是一场多方共赢的善举,农民通过直播平台将农产品推向更广阔的市场,消费者能够买到新鲜、优质的农产品,主播和平台也能获得一定的收益,然而直播间“假助农”乱象却让消费者对直播助农产生质疑,进而影响整个直播助农行业的健康发展。长此以往,直播间的套路将受到严重影响。

打击直播间“假助农”,让直播助农回归正轨,需要政府、平台、主播和农民的共同努力。政府要加强监管,加大对“假助农”行为的打击

力度,对虚假宣传、假冒身份等行为依法严惩,建立“黑名单”制度,让违法者无处遁形;平台要落实主体责任,严格审核主播资质,规范直播行为,通过技术手段识别虚假剧本和虚假人设,完善信用评价体系,对优质助农主播给予流量倾斜;主播要增强社会责任感,坚守诚信底线,深入田间地头了解真实情况,拒绝套路营销,用专业和真诚赢得农民和消费者的信任;农民也要积极了解和参与直播助农,共同推动直播助农行业的健康发展。

乡村振兴需要真助农、真帮扶,而非赚快钱的套路与表演。唯有各方携手筑牢诚信防线,清除直播助农中的乱象,才能让这一数字经济时代的惠民举措真正扎根乡村,连接起农民的增收梦与消费者的放心购,为农业高质量发展和乡村全面振兴注入持久动力。

武汉刘小姐花2万多元参加了某教育机构的培训班,合同约定,若未能通过笔试,该教育机构会退费1.7万元。最近没能通过考试的刘小姐找到该机构时,对方表示可以退费,但1年只能退1000元,共需17年才能退完。

近日,有游客拍下在北京八达岭长城城检票口见到的一幕:电子大屏上滚动播放着今年5名游客在长城上刻划的违法行为,上述游客均被公安机关处以5日拘留并处200元罚款。不少网友对这样的公示称赞,认为这是对违法行为的一种有效警示。

锐评:公示惩罚不仅是对违法个体的惩罚,更是对整个社会的文明教育。

手表一戴,实时定位尽在掌握,视频通话随时接通。孩子戴上儿童电话手表让不少家长有了“永不失联的安全感”,历经数次更新换代的各式手表更是具备了防水、楼层定位、陌生区域预警等功能。然而,这些“加法”中还多了许多与安全无关的功能,如好友、拍照、发朋友圈……引发一些家长吐槽,原本守护安全的“神器”产生了“副作用”。

锐评:儿童电话手表功能冗余偏离守护安全初衷,亟待用统一标准明确功

能边界。

来论

莫让假助农毁了真帮扶

◎余明辉

承诺要帮助农民致富,实则诱导消费者冲动下单,将助农变成了一场精心策划的营销骗局。

直播助农本是一场多方共赢的善举,农民通过直播平台将农产品推向更广阔的市场,消费者能够买到新鲜、优质的农产品,主播和平台也能获得一定的收益,然而直播间“假助农”乱象却让消费者对直播助农产生质疑,进而影响整个直播助农行业的健康发展。长此以往,直播间的套路将受到严重影响。

打击直播间“假助农”,让直播助农回归正轨,需要政府、平台、主播和农民的共同努力。政府要加强监管,加大对“假助农”行为的打击

力度,对虚假宣传、假冒身份等行为依法严惩,建立“黑名单”制度,让违法者无处遁形;平台要落实主体责任,严格审核主播资质,规范直播行为,通过技术手段识别虚假剧本和虚假人设,完善信用评价体系,对优质助农主播给予流量倾斜;主播要增强社会责任感,坚守诚信底线,深入田间地头了解真实情况,拒绝套路营销,用专业和真诚赢得农民和消费者的信任;农民也要积极了解和参与直播助农,共同推动直播助农行业的健康发展。

乡村振兴需要真助农、真帮扶,而非赚快钱的套路与表演。唯有各方携手筑牢诚信防线,清除直播助农中的乱象,才能让这一数字经济时代的惠民举措真正扎根乡村,连接起农民的增收梦与消费者的放心购,为农业高质量发展和乡村全面振兴注入持久动力。

锐评:跳过问诊“秒开处方”,未免太过儿戏,必须加强全程监管、守住安全底线,让互联网医疗真正为守护健康助力。

武汉刘小姐花2万多元参加了某教育机构的培训班,合同约定,若未能通过笔试,该教育机构会退费1.7万元。最近没能通过考试的刘小姐找到该机构时,对方表示可以退费,但1年只能退1000元,共需17年才能退完。

近日,有游客拍下在北京八达岭长城城检票口见到的一幕:电子大屏上滚动播放着今年5名游客在长城上刻划的违法行为,上述游客均被公安机关处以5日拘留并处200元罚款。不少网友对这样的公示称赞,认为这是对违法行为的一种有效警示。

锐评:公示惩罚不仅是对违法个体的惩罚,更是对整个社会的文明教育。

手表一戴,实时定位尽在掌握,视频通话随时接通。孩子戴上儿童电话手表让不少家长有了“永不失联的安全感”,历经数次更新换代的各式手表更是具备了防水、楼层定位、陌生区域预警等功能。然而,这些“加法”中还多了许多与安全无关的功能,如好友、拍照、发朋友圈……引发一些家长吐槽,原本守护安全的“神器”产生了“副作用”。

锐评:儿童电话手表功能冗余偏离

守护安全初衷,亟待用统一标准明确功

能边界。

一线·观点

“法援便利店”质优情更暖

◎王颖

离,彰显了为民服务的真情实意。

“法援便利店”精准对接社区、企业、学校法律需求,将法律服务送到有需求人的身边,这种主动延伸服务触角,通过让固定的办公桌“长腿”跑起来,走进企业、深入社区的做法,不仅切实给弱势困难群体提供法律帮助,更用专业与温情为有法律需求的企业和群众搭建起