

村里的“天安门” 心里的“中国梦”

“真的，跟电视里的北京天安门一模一样。”新年伊始，河南商丘睢阳区吴营村的“天安门”吸引各方游客前来打卡。因为村里老人“想去北京看看天安门”的愿望，年轻村民吴承言用5天时间，把天安门画在村里的墙上。

看着老人争相在“天安门”前合影留念，激动得像孩子一样，隔着屏幕都能感受到那种如愿以偿的喜悦。更让人感动的是吴承言讲述的一个细节。他说，一位大娘一边看着天安门画作，一边握着他的手，嘴里说着“真好，真好”，“能感觉到她的手在发抖”。大娘的情感流露，让人久久难忘。

小时候，同学们都在唱“我爱北京天安门”。那时候，我们都向往北京，梦想着长大了能去北京看看天安门。作为伟大祖国的象征，天安门深深植根于一代代中国人的集体记忆之中。

因此，当强烈的向往化作咫尺间的“触达”，老人们双手发抖，特地换上新衣裳甚至还抹着眼泪，那种激动无以言表却令人会心。就像网友留言所说，“北京天安门不只是老人刻在骨子里的情结，应该是每一个中国人刻在骨子里的情结”“一笔一画勾勒的不仅是‘天安门’，更是大家心底从未褪色的

家国情怀”。家国情怀、国家认同从来不是抽象的概念，而是像种子一样埋进了每个人的心底。一种情怀和认同，只有融入日常生活，成为普通人“日用而不觉”的存在，才获得了稳固而持久的生命力。就像空气和水对于生命一样，须臾不可或缺。

这种家国情怀，是一种隐于深处又随时会迸发的情感。19岁的大学生陈欣妍从湖南到北京，穿越1700公里登上八达岭长城。她在长城上朗诵《清平乐·六盘山》，其间数次哽咽，当诵到“不到长城非好汉”时，一名路过游客自发呼应“屈指行程二万”。这一刻，中国人的文化密码瞬间被打开，陌生人之间也能燃起情感共鸣。

陈欣妍的朗诵一夜之间赢得了数百万点赞，拨动了许多人深藏于心的家国情怀。网友留言说：“城墙最初只是散落的石头，因为共同的信念彼此黏合就成了脊梁。”这话说到了点上，是共同的信念赋予了城墙以生命，把时间变成了有意义的历史。

我很能共情网友的这种感动，当站在长城上极目远眺，看到此起彼伏的山脉延伸到天际，就会在心底升腾起对这片土地的无限眷恋，产生对数千年

文明历史的强烈归属。我相信这种个人与历史、个人与国家相连的感觉，每个中国人都会在某个时刻产生刻骨铭心的体验。

这种家国情怀和国家认同，既会在不经意间从心底流露出来，也会在重大历史关头迸发出来，汇聚起非同凡响的力量。“此刻我身无分文，无法帮助家里，因为我们都是以殉道者的精神为革命、为国家民族服务的”，可以是抗战时的慷慨赴义；“我必须跑得更快，才能跑赢时间；我必须跑得更快，才能从病毒手里抢回更多的病人”，可以是抗疫时的无畏逆行；“只要还有一个瞎子没有脱贫，我这个县委书记就不能休息”，可以是脱贫攻坚中的默默奉献……一种精神历久而弥新，如月之恒，如日之升，如南山之寿，如松柏之茂。

斯文在兹，弦歌不辍。每当听到孩子背诵课本上的古诗，心里就会浮想联翩。千百年来，一代又一代中国人都是从孩童时期就吟诵着同样的诗句，家国情怀亦由此代代相传。村里的“天安门”，其实代表着一种延续至今的共同情感：眼里有爱，源于心里真有山河。

李拯

“人户分离”也可同享城市公共服务

生活工作在城市多年，仍难真正融入其中，“人户分离”者如何同等享受城市公共服务？日前召开的国务院常务会议提出，着力解决未落户常住人口急难愁盼问题，推行由常住地提供基本公共服务。这释放出国家推进基本公共服务均等化的鲜明信号，有利于破除城乡流动壁垒，更好支撑以人为本的新型城镇化。

基本公共服务包括学有所教、劳有所得、病有所医、老有所养、住有所居等方面内容，是人民在城市生存发展的基本底线。长期以来，我国基本公共服务主要与户籍挂钩。未落户常住人口群体在城市工作，但无法享受教育、医疗等基本公共服务。一道道无形的藩篱，让新市民群体归属感不强，难以融入城市生活。

从相关数据不难看出问题所在。2012年至2024年，我国常住人口城镇化率由53.1%提高至67%，但城镇户籍人口比重只有50%左右。2.5亿进城务工人员虽然工作生活在城市，但并不能完全享受到与城市居民同等的待遇。

基本公共服务均等化，是中国式现代化的应有之义，其本质在于增进民生福祉。未落户常住人口群体在城市发展作出相应贡献，却难以平等享受城市服务，这不仅有违社会公平，也不利于释放内需潜力、促进消费升级。

社会发展并非城市的负担，而是经济实力的财富。人是生产中最具有决定性的力量和最活跃的因素，人口吸引力折射出城市发展的竞争力，也是一座城市可持续发展的重要风向标。相

关测算显示，我国城镇化率提高1个百分点，每年可新增2000多亿元消费需求。城市人口持续增长，有利于扩大服务消费，带动生产和投资，打通供需衔接的堵点断点，形成供需互促、产销并进的良性循环。

当前，越来越多城市已取消落户限制。但要看到，降低和取消落户门槛，不能止于一纸户籍，更要有与之配套的基本公共服务。具体看，还需在随迁子女入学、异地医保结算效率等环节下功夫，切实增强落户人口获得感。

人到哪里，服务就要跟到哪里。公共服务“随人走”，意味着财政资金和要素资源的重新匹配，也将影响学校、医院、养老机构等设施的规划建设。我国不同城市财政能力、资源禀赋差异较大，在执行过程中，需要完善政策支撑和要素保障体系。

由常住地提供基本公共服务，短期内还存在一些现实困难。比如，不同地区之间的政策差异、资源分布不平衡、跨部门协同不足，等等。对此，要正视客观存在的困难挑战，充分评估现实瓶颈与推进路径。此外，还应提升基本公共服务覆盖面，不仅针对传统的农民工等群体，还要兼顾到灵活就业人员等群体。

百姓的痛点在哪里，改革的触角就要延伸到哪里。深层次看，破解相关难题，需要完善财政转移支付分配机制，推动相关公共服务“随人走、可携带”，把人口净流入情况，实际服务人口规模纳入财政考量，提高财政资金使用效率，莫让一纸户籍困住更多新市民。

金观平

数字消费超20万亿元意味着什么

当前，互联网等数字技术深度融入百姓生活，智能产品应用层出不穷，数字消费正成为经济增长的重要引擎。近日召开的全国电子商务工作会议提到，“十四五”以来，我国数字消费整体规模23.8万亿元，连续13年稳居全球最大网络零售市场。数据的背后，是超大规模市场持续扩容，人工智能、云计算、物联网等新技术与消费场景深度融合，消费新动能加速成长的必然结果。

在消费升级和科技赋能双轮驱动下，我国数字消费需求加速释放，催生出大量新产品、新服务，数字化场景和体验日益丰富，消费新动能加速培育。下单即时配送、选购智能家居、在智慧商圈购物、跟着“AI导游”参观博物馆……过去一年，AI手机、AI电脑、AI眼镜等人工智能终端已超百款，数字产品

领域标杆产品密集突破。

持续释放的数字消费潜力，让更多发展成果惠及更广泛人群。数据显示，我国60岁以上数字消费用户规模达1.17亿人，占整体数字消费用户的12.2%。银发族消费日趋新潮，智能扫地机器人、健康监测手环等科技产品，早已成为众多银发族的消费重点。在医疗和教育领域，远程诊疗、在线课堂等创新应用，打破了时空限制，让更多人能享受到优质的医疗和教育资源。

数字消费的潜力不断释放，不仅在扩大内需规模、带动产业链供应链优化升级方面作用显著，也推动着经济发展实现质量、效率与动力的多重变革，为构建新发展格局、推动高质量发展提供持久动力。人工智能等数字技术深度融入消费场景，有力驱动了信息消费提质扩容。国产人工智能大

模型快速发展，人工智能技术广泛应用，数字经济引领新质生产力大踏步发展。

数字消费的蓬勃活力已是事实，然而，迈向更加美好的“数字未来”，要做的还有很多。以农村地区为例，农村数字消费用户目前已超2亿人，这一庞大群体对便捷的数字生活有着强烈需求，其数字消费潜力有待进一步释放。扎实推进提振消费专项行动，需要尽快补齐农村地区消费基础设施短板，完善县乡村电子商务和快递物流配送体系。此外，我国虽然是全球最大的网络零售市场，但在人均实物消费量与服务消费领域仍有较大提升空间。为此，应当以数字消费为切入点，持续做强服务消费这一增长点，更好满足国内消费升级需求与人民日益增长的美好生活需要。

臧梦雅

别让手机店变免费「网吧」

据《北京日报》报道，工作日放学时段和周末，手机专卖店往往聚集一群学生，把店里的样机当作游戏机，手机店摇身一变成了孩子们的免费“网吧”。对于这种现象，门店一方面说“管不了”，另一方面却偷偷给孩子铺好了玩游戏的路。展示用的样机往往自带“后门”，可以跳过防沉迷限制，孩子们在任何时间来到店里，都能随心所欲畅玩无阻。

眼下多地进入寒假模式，如何防止孩子在假期沉迷于手机，成为学校、家长乃至社会高度关注的问题。一些学校在放假提示中强调了管控孩子手机的必要性，负责的家长也会对孩子玩手机“约法三章”，这都是为了保护孩子视力和身心健康。使用电子产品已成为儿童青少年近视的主要原因。然而，各地部分手机专卖店成为孩子玩网游的“暗道”。

在家庭对孩子使用手机进行严格管控后，部分孩子就溜到街边手机专卖店，打响了“反严控”的“游击战”。据报道，不少手机专卖店展示桌前围满了孩子，店里用于展示的手机、平板电脑等样品成为孩子们手里的“游戏机”。其中，很多孩子玩游戏的时段明显违反了政策规定。对此，手机店店员以“管不了”来推卸责任，这其实是“玩娃”。

而且，部分手机店不仅对孩子玩游戏不管控，还刻意放任孩子去玩。譬如，很多样机自带多款游戏，方便孩子点击就能玩；有的样机自带“未成年人模式”APP，但商家不会把它打开，有的样机自带“跳过验证”功能，都是为了方便孩子登录游戏。商家这么做一定程度上是为了提升门店人气，但孩子的身心健康他们则不管不顾。

当手机店沦为“玩娃店”，不仅架空了网游平台设置的防沉迷系统，也让防止未成年人沉迷网络游戏的相关文件规定无法落地。可以说，部分手机店已成为防沉迷治理的一大漏洞。而要想堵上这个漏洞，需要孩子家长、手机品牌方、监管部门相向而行，履行各自职责形成治理合力，筑牢保护未成年人身心健康的堤坝。

手机品牌方应该承担主要责任。根据《未成年人保护法》第六条规定，保护未成年人是包括企事业单位在内的各方的共同责任。手机品牌方、手机门店也不例外。无论是直营店还是加盟店或是代理门店，手机品牌方都有责任和义务对门店店员加强培训和监督，提升其保护未成年人、规范服务的意识，更要对样机加强规范管理，杜绝样机系统自带“后门”。

从监管角度来说，各地市场监管等部门，要在工作日放学时段、周末、法定节假日、寒暑假，对手机店进行地毯式摸排和普法，并加强日常巡查，督促门店工作人员通过张贴宣传语、加强样机管理、劝导孩子等方式，引导未成年人远离样机和游戏。对违规门店不妨依法开出罚单。在现在法律法规防治网络沉迷的基础上，要针对手机店打上“政策补丁”。

作为家长不能放松监护责任。如果家长多一些亲情陪伴，就能减少孩子对手机的依赖；合理安排孩子假期活动计划，也能避免网游争夺孩子；对孩子进行科学的家庭教育，并允许孩子在限定时段内使用手机，也能解决孩子手机依赖症。

手机店变“免费网吧”再次表明，未成年人的成长需要多方守护，防沉迷不是一句空话。唯有商家守底线、家长尽责任、监管抓落实，才能让孩子们远离无节制的游戏，健康快乐地成长。

丰收

行业协会副会长为何如此多？

近日有媒体曝光，某地一行业协会竟设有89名副会长，后虽澄清“实际为53人”，仍远超相关规定上限。此事引发公众强烈质疑：一个行业协会，真的需要这么多副会长吗？目前当地已要求立即整改，但暴露出的深层问题值得深思。

此事并非孤例。记者检索发现，有的行业协会各类“副会长”“名誉副会长”“特邀副会长”近百人；有的地方商会设立一大堆“名誉会长”“荣誉会长”“永久荣誉会长”……如此“头衔通胀”，往往并非出于工作需要，而是为了满足一些人的“身份需求”。

行业协会本应是沟通企业、服务行业、建言献策的公共平台，但一些协会拿头衔做交易，用来换会费、拉关系，此前就曝光某律师花60万元“运作”当上地方律师协会会长被查处；有的视协会为“小官场”，热衷搞头衔抬身价，协会的公共属性与行业的整体利益往往被放在一边。

这样的行业协会，显然已经背离了初心使命，难以发挥其应有的作用。必须正本清源，强化监督规范，让协会回归服务，真正发挥其社会组织服务、协调与引领作用，才能重拾公众与行业的信任。

王志艳 文 图片AI生成



57次无偿献血换不来免票，政策善意岂能悬空？

据红星新闻报道，近日，西安市民吕先生手持累计献血57次、总量达22600毫升换来的“无偿献血荣誉A卡”，在赵公明文化景区却遭遇了闭门羹。景区工作人员以未接到免票相关通知为由拒绝兑现政策承诺，尽管事后景区承认工作失误并退款，但由此由50元门票引发的纠纷，依然将政策执行“最后一公里”的梗阻问题推向了舆论风口。

无偿献血是社会文明的试金石，而各地出台的“三免”等优待政策，既是对献血者无私奉献的回馈，也是激励更多人加入公益行列的制度设计。然而，在吕先生的遭遇中，这份沉甸甸的荣誉却在景区门口折戟沉沙。根据《西安市献血条例》规定，累计献血4000毫升以上者，可享受包含市属A级景区免票、优先就诊、免普通门诊诊疗费等在内的全部优待。吕先生累计献血57次，总量达22600毫升，是政策标准的5倍之多，其享受免票待遇于情合理、于法有据。景区作为政策执行的

“终端”，应当主动对接政策要求、及时传达落实，而不是一句轻描淡写的“未接通知”，更不是等到游客起诉后才承认工作失误。这种事后悔虽然挽回了个案结果，却难以抚平对献血者情感的伤害，更无法掩盖执行层面的敷衍与懈怠。

更值得警惕的是，这种“政策悬空”并非个案，而是普遍存在的执行顽疾。2024年4月，山东一名累计献血13次、总量4900毫升的男子，在其妻子异地住院手术需要用血时，同样因异地用血政策在当地落实不到位，未能及时享受相应的用血优待。除了用血环节，景区免票政策的传导脱节也屡有发生：去年6月上旬，成都发布通知明确，持有无偿献血电子优待卡的游客可免杜甫草堂、武侯祠等14个景区门票，但半个月后媒体回访发现，仍有一个景区以“暂未收到通知”为由未落实政策。这些案例中，尽管问题最终都得到解决，但对献血者而言，不必要的阻碍不仅消耗

时间和精力，更让他们对政策的信任度大打折扣。一次次本可避免的麻烦，一次次被迫维权后的纠正，正在一点点侵蚀公众对无偿献血制度的信任，也在悄悄冷却人们参与公益的热情。

我们并不缺乏善意的制度设计，从国家层面的表彰到地方的具体优待，文件不可谓不全、规定不可谓不细。然而在实践中，这些惠及民生的条款却常常因政策传导不畅、执行环节脱节而难以落地。景区并非没有明确规则，却往往因信息更新不及时、内部流程不到位而无法准确执行；工作人员并非不愿落实，而是缺乏明确的操作指引和执行保障。这种“政策悬空”现象，不仅让献血者在维权时陷入“踢皮球”的困境，也在一次次推诿中削弱了政策的权威性和公信力。

要遏制此类“政策悬空”乱象，必须构建多方协同、环环相扣的责任体系。监管部门应持续强化对政策落实情况的监督，细化执行不力

的认定标准和问责机制，确保监督不流于形式。相关职能部门需切实履行主体责任，优化信息传达与反馈机制，从文件下发转向效果追踪，加强对景区等执行终端的培训与指导，对拒不落实政策的单位依法依规采取通报、约谈或处罚等措施，并建立正向激励机制，推广落实到位的典型经验。景区管理者应坚守公共服务属性，摒弃逐利冲动，在日常运营中严格、规范地执行各项惠民政策。公众也应提升维权意识，对政策执行中的违规行为保持监督，通过合理渠道投诉举报，以理性参与推动执行环境不断优化。

政策的生命力在于落实。唯有监管部门、职能部门、执行单位与公众形成合力，共同守护政策的尊严与底线，才能让无偿献血者的权益真正落地，让每一份善意与奉献都得到应有的尊重与回馈，让“我为人人、人为我”的公益循环在现实中顺畅流转。

谢开开

让绿色消费既叫好又叫座

如今，很多家庭“上新”大件儿，绿色成为一大亮点。近期公布的数据显示，2025年全年以旧换新相关商品销售额超2.6万亿元，惠及超3.6亿人次。汽车以旧换新中，新能源汽车占比超60%；家电以旧换新中，一级能效（水效）占比超90%。不仅如此，生活中买有机食品、淘二手好物、选小份餐……越来越多消费者愿意为绿色买单。

消费新趋势蕴藏转型升级的方向。不少企业感知到绿色消费需求信号，在绿色生产、绿色流通和绿色服务等领域拥抱机遇，尝到了“绿色红利”的甜头。比如，某家电企业创新设计理念，合并冗余部件，最大限度减少螺钉、水管等零件的使用，从源头上减少能源消

耗及碳排放。促进制造业数智化转型，发展智能制造、绿色制造、服务型制造，不仅是产业转型升级的方向，也将不断巩固壮大实体经济根基。

绿色消费理念逐渐深入人心，如何将其转化为旺盛的购买力？政策引导必不可少。“十五五”规划建议提出，“健全绿色消费激励机制，推广绿色低碳生活方式”。近日，商务部等9部门联合出台《关于实施绿色消费推进行动的通知》，围绕扩大绿色消费提出七方面20条具体举措，涵盖农产品、家电家装、餐饮住宿等多个领域，旨在促进形成绿色低碳的生产生活方式，加快消费模式绿色转型。

把好政策落实好，离不开有为政府和有效

市场的密切配合。《通知》包括支持设立绿色农产品销售专区，展示质量认证标识、可追溯标识及药残检测结果，让消费者放心购买；引导线上平台通过增设标识、设置专区等方式积极推广绿色饭店；推广绿色采购，优先采购和使用节能、节水、节材类以及低噪声的环保产品、设备和设施等内容。在这些方面，广大企业只有精准谋划发力，才能抓住政策机遇，在绿色发展赛道上走得更顺、更远。

绿色消费理念还需巩固提升。推广清洁供暖，让千家万户的室内温度上去了，环境也更洁净了；上线碳普惠平台，市民上传骑行通勤、公交出行等数据后，皆可累积为碳积分，用于兑换生活用品……向“绿”而行的路上，

各地有不少妙招。下一步，还要继续开展绿色消费主题宣传活动，引导人们养成绿色消费、绿色生活的习惯。当供需更适配，何愁市场不红火！

从理念到行动，人们正在拥抱绿色消费。在这一发展过程中，还有一些问题需要解答好。比如，部分绿色产品溢价过高，影响购买意愿。绿色产品标准、认证、标识体系尚不统一，消费者如何判断？以次充好不时发生，怎样维护消费者权益？让绿色消费成为百姓“心头好”，必须进一步打通这些堵点卡点。

消费新风已扑面而来。在这些新场景中，你会是哪一个角色？

年巍