

用心守护少年气

邹翔

【关键词】少年气

【事件】“自信，就是大大方方地‘献丑’。越敢‘献丑’，路越好走。”近日，云南昆明一名6岁男孩在足球赛夺冠后激情“演讲”，自信洒脱、毫不怯场。这一幕，打动了不少人，同时也引起人们思考，新一代青少年松弛又勇敢，这样的变化从何而来？

【点评】

记得一个周末，在公园空地上看一群小朋友玩滑板。有个小朋友学着大人的样子颤颤巍巍站上滑板，重心没稳住，摔倒在地。他迅速起身，拍拍身上的灰，开始下一次尝试。没有丝毫沮丧和挫败，脸上那种欢快劲和眼里的光，令我印象深刻。

后来看到13岁的李勇秋在法国巴黎拿下街舞赛少儿组全球总冠军的新闻，不禁遐思，那位小朋友或许也能成长为一位滑板冠军。

“自古英雄出少年”。这股子永不服输的劲头、敢于一遍遍尝试的勇气，以及未来无限的可能性，正是少年气的重要特征。

少年气从何而来？天真稚气需呵护。“灯把黑夜/烫出了一个窟窿”“我挥挥手/就有很多手/我跑步/就有很多脚”“下雨了，天和地在打水仗，他们不分胜负，直到雨停”……这些诗句，展现了孩子们观察世界的独特视角、直观感受，饱含对未知事物的强烈好奇心与探索欲望。

不久前印发的《关于在全社会推进儿童友好建设的意见》，将“一米视角”正式确立为国土空间规划和城市更新专项规划等的重要遵循。今天，孩子们身处的是一个更加包容开放、多元自由的环境。从学校到家庭再到社会，教育的目标不是寻找标准答案，而是培养可能性。

远大志向早扎根。被问及为什么长大想当兵，一名小朋友如此回答：“保卫祖国的边疆……让每一个人的脸上，都挂满笑容。”成立于2006年的上海市黄浦区卢湾一中心小学“红喇叭”小讲解员社团，平均年龄10岁，20年来开展讲解超千场、服务听众数万人次。家国大爱，从小就深植于内心，化作日常的言谈举止和代代相传的精神。

在体育竞技的赛场上奋勇拼搏，在创新创造的舞台上大放异彩，在革命旧址用心用情讲述党的历史、革命故事和英雄事迹……以少年意气承时代使命、以蓬勃朝气赴复兴之约，擦亮的是“丹心从来系家国”的底色。

丰盈平台添底气。博物馆里，近距离观赏文物；科技馆中，探索科学奥秘；趣味课堂、实践活动充分发展兴趣……在缤纷多彩的活动中，孩

子们度过了一个欢乐的“六一”国际儿童节。从中，也能看到触手可及的公共服务与资源为孩子们搭建更广阔的成长天地。

前不久落幕的一场全球大赛上，北京市八一学校的战队摘得机器人竞赛单元全球冠军，中国少年的科创风采熠熠闪光。广东深圳的“小孩哥”“小孩姐”，有的用AI“手搓”MV和网络迎接APEC，有的在地铁上与外国友人全英文对话无压力……眼里有光、心中有梦、脚下有路，新时代少年儿童正以蓬勃昂扬的姿态茁壮成长。当他们平视世界、拥抱未来，可信可爱可敬的中国形象也进一步树立。

“使举国之少年而果为少年也，则吾中国为未来之国，其进步未可限量也。”事业在一代代人的传承接力中推进，用心守护这股少年气，就是守护我们的未来。

服务随人走，发展添活力

李拯

民之所盼，政之所向，发展之所趋。因公共服务与户籍绑定而带来的民生难题，如今有了更清晰的答案。

近日，国务院印发《关于推行常住地提供基本公共服务的实施意见》，明确提出“促进未落户常住人口与户籍人口同等享有基本公共服务”，这意味着在子女教育、住房保障、医疗社保等各方面，基本公共服务与户籍挂钩因素将逐步消除，实现“服务随人走”，基本公共服务均等化水平将进一步提升。

从制度层面打破户籍限制、打通服务堵点，彰显以人民为中心的发展理念。其意义不仅在改善民生，更能够撬动发展全局，照见推动高质量发展的系统思维。

以基本公共服务均等化促进人口自由流动，让全国统一大市场更具活力。按照常住人口布局公共服务设施，可以优化资源配置。解除户籍约束，意味着公共服务可及性、普惠性进一步改善。特别是推广居住证互通互认、常住年限或常住积分转换等经验，有助于保障流动人口连续享有基本公共服务，不会因迁徙而中断。为人口跨区域流动卸下顾虑，可以促进各类生产要素顺畅流动、高效配置，从而助力全国统一大市场经络畅通、协同发展。

把投资于物和投资于人紧密结合的理念贯穿于政策设计，激发高质量发展活力。

当下，哪个地方在投资于人上做得更好，成为优质公共服务的高地，哪个地方就能吸引人才持续流入，从而保持发展活力、蓄积发展后劲。

比如，一座城市如果能更好满足青年人才的安居需求，不仅有助于吸引年轻人就业创业，还能因“相关转移支付考虑常住人口因素进行分配”而获得外部资源投入。现实中，广东深圳为青年人才提供过渡性住房，租金约为市场参考租金的60%，优惠租期最长可达3年，增强对青年人才“磁力”；浙江杭州以“青荷驿站”“人才专项租赁住房”“公租房货币补贴”等多项安居政策，把人口流入转化为人才留存。由此来看，投资于人是民生改善的温情举措，更是高质量发展的有力支撑，成为各地在竞争中脱颖而出的关键。

实现经济发展和改善民生相互促进，在持续保障和改善民生过程中挖掘新的经济增长点。

当前，我国城镇常住人口占总人口比例达到67%，而城镇户籍人口比重只有50%左右。让约2.5亿农业转移人口及其家属更好融入新型城镇化，既是改善民生的迫切需要，也蕴藏巨大的扩内需潜力。根据测算，每1个百分点城镇化率提升，可拉动万亿规模新增投资需求、2000多亿新增消费需求。

习近平总书记深刻指出：“要把发展经济和改善民生有机统一起来，制定经济发展政策同步嵌入改善民生的要求，制定民生政策同步考虑促进经济发展的效应。”推动社保扩面可以减少居民预防性储蓄，实现城市更新能够释放房地产需求，落实增收计划将会提升全社会消费意愿和能力……以系统思维处理好经济与社会、发展与民生的关系，不断破解群众急难愁盼问题，有助于在增进民生福祉中培育新的经济增长点。

中国式现代化，民生为大。基本公共服务均等化，为民生改善写下温暖注脚，也将为提升城镇化质量、释放国内需求潜力、构建新发展格局提供有力支撑。

AI推荐岂能沦为“电子托儿”

臧潇

近期，不少用户在社交平台吐槽：算法频繁推送陌生品牌，暗广层出不穷。当下，人工智能(AI)已深度介入消费决策，以精准推荐优化消费体验，成为“消费顾问”。但如果推荐结果并非客观研判，而是商家借助生成式引擎优化(GEO)刻意布局的软性营销，那么AI岂不就沦为“电子托儿”？

GEO主要通过优化文案表述、内容逻辑和关键词权重，适配大模型的信息抓取逻辑。本意是在用户提出问题时，依托客观内容在AI推荐、智能问答场景中自然展示品牌。但一些品牌、机构利用GEO批量编造测评、制作暗广干扰模型数据源，人为干预算法输出结果，使得AI成为软性营销的诱导工具。

滥用GEO不仅会侵蚀消费者对AI决策的信任，而且会扰乱行业公平竞争秩序。大量粗制滥造的信息混入训练数据库，持续拉低AI回答质量，造成信息失真。同时，虚假推荐也易误导消费决策，催生夸大宣传、隐性带货等乱象，增加市场监管难度。

当前，AI已经逐渐嵌入用户日常生活。发挥出AI推荐的积极作用，就要着力推动构建一个健康、透明、公平的算法生态，让AI为消费者提供理性客观的参考。

继续推动AI推荐透明化。积极探索将AI推荐变成可量化、可解释的工程方案。例如，学术界已提出用相关框架为AI推荐生成说明，或标注推荐结果的依据、数据来源、权重占比、推荐逻辑，让用户对推荐结果知其然也知其所以然。

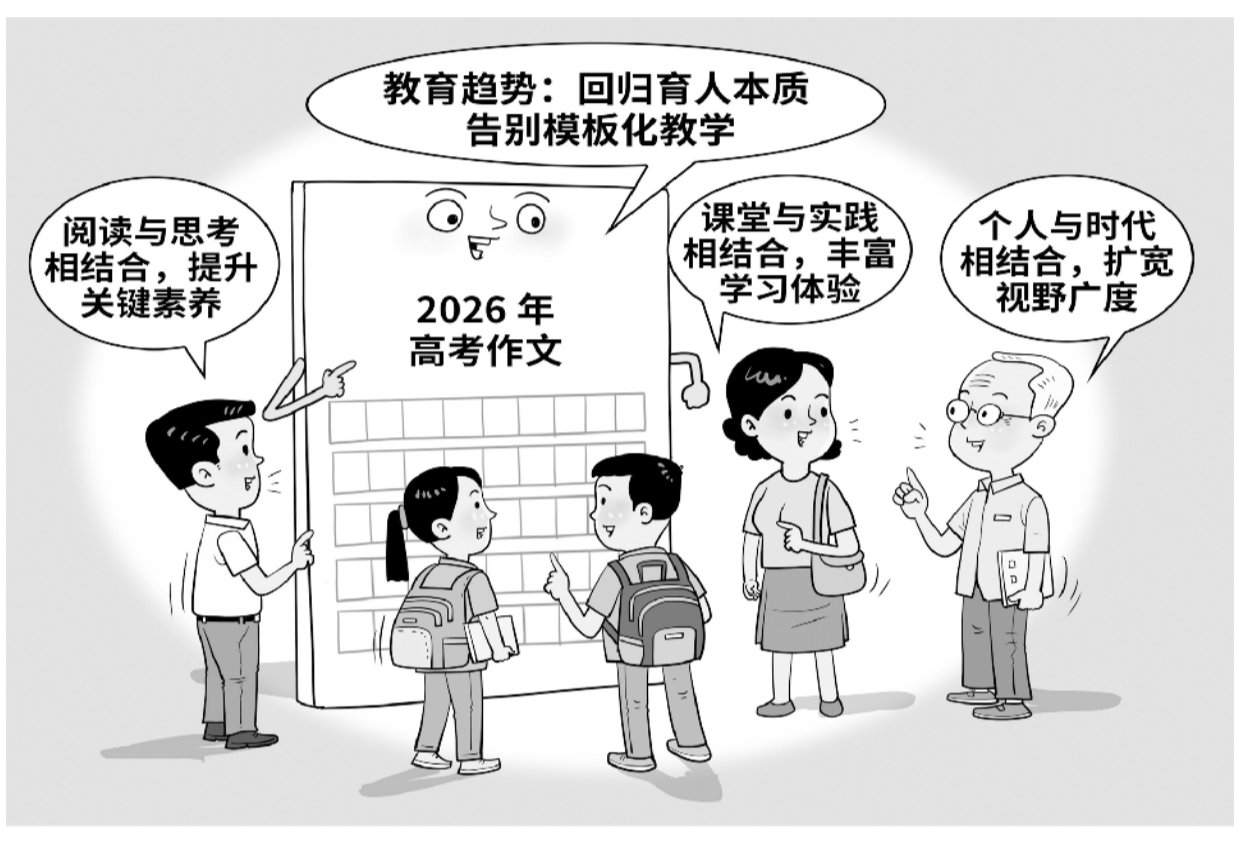
进一步完善机制。压实AI平台与GEO服务商的相关责任，搭建权威信源筛查体系，建立动态可信的信源评估机制，从源头拦截虚假信息内容流入数据库，从严整治隐蔽式广告。同时要着力补齐法规制度短板，特别是在人工智能立法方面有所作为。

推动强化行业自律。日前，国内首个《生成式引擎优化(GEO)行业自律公约》在北京签署，10多家企业共同划定行业红线，明确抵制“黑帽GEO”行为，提出建立负面清单及联合惩戒机制。通过凝聚头部企业共识，以“良币驱逐劣币”的方式重塑市场信任，有助于引导整个产业链回归技术赋能与内容优化的本源。可以此为契，不断将原则性共识转化为可执行的规则，推动行业把技术向善的理念嵌入每一次模型运算中。

语文教育新趋势

6月7日，全国高考大幕拉开。伴随语文考试结束，高考作文题迅速引发热议。专家表示，每年的高考作文题不仅是在和考生“对话”，也是和语文课堂“对话”。透过今年的作文题，可以看出未来一段时间语文教育的导向和趋势。

新华社发 朱慧卿作



家居消费日趋细分

李瞳

从家庭清洁用品，到全屋智能家居，再到各类改善居家环境的小家电，家居消费早已跳出刚需采买的单一框架，成为结构更细分、偏好更多元、市场更下沉的消费赛道。

居家清洁领域率先拉开精细化消费序幕。过往一瓶洗洁精搞定厨卫、一袋洗衣粉包揽衣物清洁的消费模式彻底退场，细分场景下的清洁产品消费迎来快速增长。数据显示，厨房清洁剂、冰箱清洁剂、干洗剂等产品均实现快速增长，除霉剂、瓷砖清洁剂、洗衣泡泡纸、便携去渍笔等小众单品也备受青睐，居家清洁需求正按照空间、器物、使用场景不断细

分。同时，从细分品类看，清洁用品以近四成成交额占比稳居头名，衣物清洁、居室环境清洁占据超三成市场份额。

从消费人群看，26岁至45岁消费群体构成市场中坚。从地域维度看，四线城市及县城农村地区的家庭清洁消费成交额占比为四成；广东消费体量稳居各省首位，京津冀、长三角、川鲁等地区紧随其后，下沉市场健康卫生意识快速增强，持续为清洁品类消费扩容注入源源不断的增量。

由日常清洁延伸至空间陈设，家具消费完成从实用大件向智能化、个性化的转变。一方面，智能化与场景细分成为家具市场增长

核心引擎，智能床、智能晾衣架、智能电动床垫等智能产品成交额快速增长，适老家具、儿童桌椅、红木家具等垂直品类稳步攀升。另一方面，刚需品类消费依旧稳固，电脑椅、实木床、餐桌等家具成交额占比较稳定，刚需换新与个性化添置双向发力。购买家具的消费者年龄分布依旧集中在中青年圈层，26岁至45岁人群合计贡献超七成成交额，年轻人租房改造、中青年置业家装共同推动家具市场发展。

在聚焦提升居住便捷性的生活电器赛道，健康化、小型化、功能化为相关产品迭代主旋律，除螨仪、暖被机、茶饮机等新型小家电

成倍热销，干衣机、烘鞋器、除湿机等改善型电器销量稳步增长，守护居家健康成为消费者选购商品时的首要考量。从成交额看，净水器占31%，电风扇、空气净化器紧随其后，净水、空气治理类家电日渐成为家庭标配。中青年群体仍是消费主力，偏爱功能型、智能化电器。

当前，家居消费各领域已形成较为统一的发展趋势：中青年需求驱动增长，一老一小需求稳步扩容；产品端精细化与智能化升级并行，不断催生新的爆款产品；地域端下沉市场全面崛起，逐步成为行业增长核心。未来，随着居住需求持续深耕细化，家居消费市场还将不断拓展出新的细分蓝海。

劳动的底色：体面、快乐、幸福

张建国

劳动，是文明迭代升级的阶梯，更是人类实现自我价值的载体。如今，劳动不仅仅是“谋生手段”，还包含体面、快乐、幸福的价值追求。这既是亿万劳动者对美好生活的理性诉求，更是党领导人民走向共同富裕、实现民族复兴的必然要求，是人的全面发展在劳动领域的具象化表达。党的重要政策部署与国家劳动法律法规体系，共同勾勒出清晰的劳动权益保障图景，为这一价值追求注入制度刚性，使广大劳动者实现体面劳动、快乐劳动、幸福劳动。

体面劳动，是劳动价值的根基所在。可具象化为四个核心维度：安全合规的劳动环境、公平合理的薪酬体系、覆盖全面的社会保障、平等开放的职业发展机会。它蕴含在足额按时发放的工资条里，权责清晰的劳动合同中，符合职业健康标准的生产车间内；它要求破除户籍、性别、年龄等歧视性壁垒，让劳动者站在平等的就业起跑线上；它需要畅通职业发展通道，让基层劳动者、体力劳动者通过技能提升实现向上流动，达成“劳有所得”与“劳有所进”的双向奔赴。当灵活就业人员的社保实现顺畅衔接，

当中小企业工人的职业安全获得刚性保障，当特殊行业劳动者远离职业病困扰，当劳动者的人格尊严得到充分尊重，体面劳动便从政策倡导转化为可感知的现实体验。

快乐劳动，是劳动者内在活力迸发的体现，是连接体面与幸福的精神纽带。如果说体面劳动解决了“劳动有保障”的生存发展基本问题，快乐劳动则回应了“劳动有温度”的精神诉求。这份快乐，并非外在激励的短期效应，而是源于三个层面的深度融合：人岗相适的职业契合感，让兴趣与特长在工作中充分释放；自主创新的成就体验，让劳动者成为主动创造的“主人翁”；和谐包容的职场归属感，让职场减少内耗，形成互助与尊重的氛围。当企业推行扁平化管理赋予劳动者更多自主权，当弹性工作制与工作与生活平衡提供可能，当心理健康服务为职场压力松绑，劳动便不再是枯燥的任务执行，而是充满创造性的愉悦过程。这种发自内心的快乐，推动劳动者从“要我劳动”向“我要劳动”转变，为劳动价值升华注入动力。

幸福劳动，是劳动者价值升华的终极目标，是人与社会的和谐共

鸣。它超越个体层面的物质满足与精神愉悦，指向“劳动创造美好生活”的意义。这份幸福，体现在工作与生活的动态平衡——让劳动者既能在岗位上发光发热，也能在陪伴家人、追求个人成长中滋养心灵；体现在劳动成果的社会认同——让付出获得对等尊重与合理回报；体现在个人价值与国家发展的同频共振——让劳动者在乡村振兴的田野、科技创新的实验室、社会服务的第一线，真切体悟“劳动改变世界”的力量。当劳动不再是单纯的谋生手段，而是实现自我、奉献社会的价值载体，当每个劳动者都能从劳动中感知“小我融入大我”的深刻内涵，幸福劳动便抵达了人的全面发展的至高境界。

然而，实现体面劳动、快乐劳动、幸福劳动，在现实中还有诸多问题有待破解。劳动者权益保障还存在短板，劳动力市场还存在不同形式的就业歧视现象，拖欠工资、违法加班等行为尚未根治。这些问题既是经济社会转型期的阶段性挑战，也是促进社会公平正义需要攻克的重点难点。

破解上述问题，需要构建系统

性、可操作的应对体系。助力劳动者实现体面劳动、快乐劳动、幸福劳动，关键在于建立“制度保障—主体赋能—社会引导”的三维联动机制。以制度保障筑牢体面劳动根基：健全劳动法律法规，强化劳动监察执法效能，完善工资支付保障与社保衔接机制，用制度刚性约束守护劳动者合法权益。以主体赋能激活快乐劳动活力：推动企业优化管理模式，完善人岗匹配机制，加强职工人文关怀与心理健康服务，让劳动过程充满创造性与归属感。以社会引导升华幸福劳动内涵：弘扬“劳动光荣、创造伟大”的价值理念，破除就业歧视，宣传劳动模范先进事迹，崇尚劳动、尊重劳动者成为全社会的共识与行为自觉。

劳动创造未来，奋斗成就梦想。体面、快乐、幸福，是现代劳动应有的底色，更是新时代赋予劳动的新内涵。当每个劳动者都能在劳动中收获尊严、感受快乐、拥抱幸福，当劳动者的价值得到充分彰显与公平回报，亿万劳动者的积极性、主动性、创造性便能得到充分激发，汇聚成全面建设社会主义现代化国家的磅礴力量。



辟谣

“外用的是人造大米，都有毒”“加了科技与狠活，出饭率高、久放不坨”……最近，网上有说法称，外卖米饭用的根本不是真米，吃了身体不舒服。记者就此采访食品领域的专家，证实这类说法经不起推敲。

记者调查发现，市场上确实有人造米，但因成本问题，外卖行业用的不多，主要用于自热米饭等。合规人造米与米粉、米线一样，都是利用淀粉加热糊化共熔、冷却老化定型原理制备的米制产品，没有科技与狠活，更没有毒。

新华社发 王鹏作