



每孩年补3600元 从“纸上”到“手上”的民生暖意



瞭望塔

评论员 王亚平

国家育儿补贴制度终于落地,这是我国首次全国范围内直接发放育儿现金补贴。

自2025年1月1日起,无论一孩、二孩、三孩,每孩每年发放3600元育儿补贴,直至孩子年满3周岁。值得关注的是,2025年1月1日前出生、不满3周岁的婴幼儿,也可按应补贴月数折算计发补贴。

长期以来,育儿成本高是抑制生育意愿的关键因素之一。从孩子呱呱坠地起,奶粉、纸尿裤、医疗保健、教育等开支便接踵而至,让许多年轻人“想生却不敢生”,国家育儿补贴制度的落地,是对家庭育儿经济负担的直接回应。

每年3600元的补贴,一孩至3周岁可领10800元;按三孩计算,家庭3年累计可获32400元补贴。这笔钱虽不能完全覆盖育儿成本,但还是在一定程度上缓解了压力,尤其是对中低收入家庭而言,这笔真金白银的补贴更显珍贵,让他们在育儿过程中感受到实实在在的支持。

此前,全国多地针对二孩和



新华社发

三孩已推出多项差异化补贴政策,但各地标准和发放周期却大有不同,国家育儿补贴制度则体现了公平和普惠,使所有育儿家庭都能平等享受政策红利,让每一个新生命都能良好的政策环境中开启人生旅程。

这次出台的国家育儿补贴政策预示着全面生育福利的起步,传递出政府与家庭共担生育成本的态度,释放生育友好的信号,稳定生育预期,让更多家庭敢生育,愿意生育,为人口结构优化注入新的活力。

随着政策出台,公众的关切点已转向具体落实,如何申领?是否需要复杂证明?补贴是否会

影响其他福利?这些细节直接影响实效。

如果申领过程设置过多门槛,比如要求繁复的证明材料、限定线下办理渠道,对于一些家庭尤其是流动人口家庭而言,可能会有隐形障碍。因此,打通数据壁垒,简化流程,让政策从“纸上”到“手上”的过程足够顺畅,普惠才能真正落地。

当然,我们也要看到,提高生育意愿犹如一项复杂的系统工程,仅靠育儿补贴还不够,还需要与托育服务、教育、住房等政策协同发力,随着越来越多的配套措施一一破解育儿痛点,政策红利才能逐步转化为生育信心。

热点话题

短暂收割流量红利,但“高光时刻”往往转瞬即逝。要知道流量不是护身符,名气更非免罪牌

网红“旺仔小乔”微博被禁言 流量大责任更大

水能载舟,亦能覆舟。曾经拥有2300万粉丝的“旺仔小乔”,或许赚到了很多钱,可失当的言行最终化做覆舟浪涛,使其跌落。公开资料显示,“旺仔小乔”是一名00后歌手,2020年时,因不露脸唱歌走红,代表翻唱作品包括《年轮》《起风了》等。近日,“旺仔小乔”宣布将以蒙面形式举办首场个人演唱会,其蒙面演出方式、门票定价等被部分观众质疑不合理。对此,演唱会主办方发布延期公告称,多方审慎评估后,上海站延期。而在此之前,“旺仔小乔”称“《年轮》是汪苏泷的创作,但原唱不是汪苏泷是张碧晨”的言论,也引发大量争议。

7月26日,面对诸多争议,“旺仔小乔”发文道歉,“关于由我引发的争议,我接受大家所有的批评与指正”。然而,这封道歉信被网友检测出查重率高达97.18%,被调侃缺

乏诚意。

7月28日晚,“旺仔小乔”的个人微博主页显示“因违反相关法律法规,该用户目前处于禁言状态”。

相关平台对“旺仔小乔”采取禁言及禁止关注等措施,既是对其违法违规行为的惩戒,更是维护网络秩序的必然举措。

可是,若仅仅因为“举办蒙面演唱会”“发表《年轮》原唱言论”等争议,相关平台恐怕不会以“违反相关法律法规”对其进行禁言。那究竟是因为什么呢?

报道显示,此前,“旺仔小乔”在直播间曾怒怼素人:“你没给我刷100万,我理你干什么呢?”要是按照她的价值观,刷礼物才能获得关注和尊重,未免也太功利了。

另有报道,“旺仔小乔”将粉丝微信号“上墙”,引导粉丝进行网暴;被指上门堵门前签约歌手;音乐平台将她演唱的《纪念》标注为原唱,

遭到原作者质疑。这一桩桩、一件件事情,像滚雪球一样,让“旺仔小乔”的形象彻底崩塌。

殊不知,“旺仔小乔”一系列行为不仅突破道德底线,更是触及法律底线。上门堵人等行为可能涉嫌侵犯他人人身安全与自由,违反治安管理相关法律法规;而错误标注原唱信息,更是对原创者著作权的公然侵犯。

近年来,部分网红为追求流量剑走偏锋,从言行低俗到违法违规,不断试探社会底线。或许,这些人能短暂收割流量红利,但“高光时刻”往往转瞬即逝。“旺仔小乔”的结局再次证明:流量不是护身符,名气更非免罪牌。

网红之路,只有在法律框架之内,在公序良俗之中行走,才能走得更稳更长远。否则,塌房与处置终将成为必然结局。

评论员 任思凝

媒体聚焦

北京青年报: 警惕“情绪劳动” 泛化侵害劳动者权益

“不仅要在实体空间付出情绪劳动,还要在网络空间随时在线、情绪饱满,就算面对不合理要求,也要时刻对同事和客户保持热情微笑……”7月24日,在职场打拼了近8年的李女士,这样讲述情绪劳动带给她的内耗和困扰。相关话题此前也多次登上热搜。

在现代职场,“情绪劳动”早已突破传统服务性行业,呈现出令人担忧的泛化趋势。从咖啡店员工因情绪崩溃向顾客泼洒咖啡,到银行职员靠“微笑服务”获评标兵却陷入抑郁,再到职场人被迫在网络空间维持全天候情绪饱满,这种将情绪商品化的劳动形态,正在成为吞噬劳动者身心健康的隐形杀手。现代职场亟须走出“情绪劳动最累人”的泛化困境。破解情绪劳动困局,需构建政府、企业、个体协同发力的治理格局。唯有让情绪劳动回归人性关怀本质,才能让每个劳动者在职场舞台上,既绽放职业光芒,也守护心灵温度。

新京报: “大佬打7小时电话” 高铁不是“私人包厢”

近日,有网友发文分享自己在高铁上的“奇遇”。据其描述,一位乘坐高铁的“大佬”从8点半上车后,就不间断打电话,听下属汇报并指导工作。一直持续到中午12点,“大佬”才停用餐。10分钟后,又拿起电话继续“奋战”。

对此,12306客服回应称,“(铁路规定中)没有专门条款禁止旅客打电话或说话”。对于乘车环境可能被干扰的问题,工作人员建议乘客在购票时尽量选择“静音车厢”,以减少噪声影响。这种回应,可能陷入了一个“话语陷阱”:因为静音车厢规定了一系列禁止性行为,可能客观上给人造成这样一种错觉:在其他车厢里制造噪声似乎是“合理”的。简单“一刀切”禁止并不现实。但类似的投诉、网民的声音,能否真正地融入车厢的服务措施和细节管理,也值得关注。

工人日报: “买爆”一次性座套 本质是对公共卫生的期许

“已经下单了,8.8元8包,还包邮,能用好几次。”据《工人日报》报道,7月24日,在浙江杭州工作的王女士表示,考虑到此前乘车时常看到有人不脱鞋踩在座椅上,下周要坐高铁出差的她,迅速下单了几包一次性座套。

近期,列车一次性座套在网上销量激增,有商家累计售卖超10万件。这一现象不仅反映了消费者个人卫生防护意识的提升,更折射出社会对于公共卫生和文明乘车的更高期待。有专家指出,在衣物防护充分的情况下,使用一次性座套并非必需。但在特定条件下,如夏季衣物单薄、皮肤易直接接触座椅,使用一次性座套可以作为减少感染风险的一种辅助手段。铁路部门不妨细化卫生管理措施,比如增加清洁频次、使用更易清洁和消毒的座椅材料等。同时,加大对不文明乘车行为的监督和处罚力度,营造一个文明、舒适的乘车环境。

欢迎赐稿:评读热点新闻事件,发出你的观点和声音,请发稿至黄河评论信箱:zghhpl@163.com