

新华时评

小小车厘子成就合作“大生意”

● 樊宇

春节临近,智利车厘子走俏中国年货市场。中国和智利虽远隔重洋,但新鲜采摘的车厘子从智利果园到中国餐桌,跨越近半个地球,鲜美风味不减。小小车厘子,搭乘的是供应链高效协同的快车,折射的是中智不断拉紧的经贸纽带和中国高水平对外开放带来的机遇。

“智利距离中国遥远,但我们生产的车厘子却能以近乎刚采摘般的新鲜品质被中国消费者享用。”智利水果出口商协会主席伊万·马兰比奥认为这“堪称奇迹”。

智利车厘子的丰收季,恰逢中国岁末年初节日消费的旺季,占据

了“天时”优势。制度性成本的降低为智利车厘子更大规模进入中国市场创造了有利条件。2005年,中智签署自由贸易协定;2008年,智利车厘子正式获准以零关税进入中国市场。智利2018年开通面向中国市场的海运直达航线“车厘子快线”,运输周期缩短至23天左右。2025年航线进一步加密,直航航次数量较上年翻倍。

这些车厘子运抵中国后,迎接它们的是“提前申报”“即到即查、即检即放”等通关便利,以及几乎无缝衔接的冷链物流。政策和市场的双重效应,共同完成这场抢“鲜”接力,让

“舌尖自由”成为可能。随着供应增加和成本降低,车厘子进入更多寻常百姓家。

舌尖上的“甜蜜”也是发展与增收的“甜蜜”。在中国市场需求推动下,智利车厘子产业蓬勃发展,已成为该国种植面积最大的水果以及重要经济支柱。根据智利水果出口商协会估算,2025年至2026年该国产季将出口车厘子1.31亿箱(每箱5公斤),其中九成以上预计将运往中国。行业数据显示,车厘子产业每年为当地提供约20万个就业岗位,占智利全国水果行业就业岗位总量的三分之一。

中国提供广阔市场,智利提供优质产品,这样的共赢“甜蜜”不止于车厘子。从秘鲁的蓝莓、泰国的山竹、肯尼亚牛油果到洪都拉斯的咖啡豆,越来越多的全球好物跨越山海,丰富着中国消费者的选择。从推进自贸协定谈判到举办进博会等展会,再到不断优化营商环境,开放中国敞开怀抱汇聚全球好物。2025年中国社会消费品零售总额首次突破50万亿元,中国大市场的每一个细微变化,都孕育着风口。

从生产端到消费端,开放的中国大市场意味着更多共享机遇和共赢故事。

据新华社

监管前置,让“年味”更安全

● 宫炜炜

春节将至,安全也需“置顶”。日前,吴忠市聚焦“年夜饭”开展食品安全风险排查整治专项行动,共排查整改风险隐患53项,累计检查餐饮单位217家次。数据背后,是将监管端口前移的务实之举,筑牢的是人民群众“舌尖上的安全”,守护的是千家万户的节日氛围。

众所周知,春节期间既是餐饮消费的高峰期,也是食品安全风险易发高发期。人流高度集中、餐饮需求激增等,都对监管的预见性、主动性提出更高要求。吴忠市此次行动,可贵之处在于一个“早”字和一个“严”字。赶在春节消费高峰到来之前,紧盯食材源头、规范食品贮存、整改潜

在隐患……这种覆盖式检查,变被动应对为主动防范,变事后处置为事前干预,精准抓住了节日期间食品安全治理的“症结”之处,既是对民之所盼的直接回应,也是“把工作做在前头”的责任意识的生动体现。

民以食为天。守护“舌尖上的安全”意义重大,尤其是在承载深厚情感与文化意蕴的春节,相应监管更不能滞后,不仅要前置、预置,更需未雨绸缪、防患于未然。如此,才能为群众安心过节提供保障,为筑牢节日安全防线打下基础。而这轮提前开展的严格监管,更是预先送给群众和游客的一份新春贺礼。

摘自《宁夏日报》

让假期托管来得更精细些

● 尉迟天琪

今年的寒假因为时间长,被喻为“史上最长寒假”。在这样一个超长假期里,如何才能让孩子们过得有意义?

看看同心县,他们开设了“共青团·伙伴计划”爱心托管班,30支大学生志愿服务队赴全县各村,为孩子们送上了一份充满爱与知识的寒假礼物。从招募宁夏大学、宁夏师范大学等高校的优秀大学生志愿者,到根据不回家需求安排灵活多变的托管日程,再到课业辅导时长也会根据学生和家长的意愿动态调整……不得不说,像同心县这样让托管班向精细化发展的举措很值得推广。

可以说,不管是如今的精细化托

管服务,还是此前的周末托管服务、课后延时服务,都是相关部门落实职责、开拓服务的有益尝试。这样的尝试多多益善。毕竟,公共服务多一些,群众负担就少一些。一长一消之间,一个个具体问题得到解决,全民性的教育焦虑自然会慢慢平复。但既然是尝试,也就意味着会遇到一些难以预料的突发状况,这就需要政策制定者和执行者秉持“走心”态度,推出更为细致的配套措施,既盯住服务质量,更盯紧安全管理,为推动好政策的落地落实保驾护航,将这些民生实事办好,也给孩子们带来更为细致的服务和更加开心的假期。

摘自《宁夏日报》

让中成药安全的“标尺”更清晰

● 彭韵佳 田晓航

近段时间,有关“大批中成药将被淘汰”的话题登上热搜,引发消费者关注。根据监管部门要求,经过3年缓冲期后,2026年7月1日起,中成药说明书中禁忌、不良反应、注意事项仍标注“尚不明确”的,再注册申请将依法不予通过。这对中成药标准化提出更高要求,既是对百姓用药安全的守护,也是推动中药行业高质量发展的必要举措。

安全是用药的“生命线”。长期以来,部分中成药的禁忌、不良反应等核心信息标注模糊,让不少患者心中“打鼓”,既削弱公众对中医药的信任,也不利于中医药的传承与发展。

监管部门这一要求,将让中成药说明书更清晰可查、有据可依,为医生辨证用药提供科学指引,减少脱离证候的“经验性用药”,也让老百姓明晰用药禁忌与风险,增强安全用药意识。

相关要求更强化了企业对药品安全与疗效的主体责任,倒逼企业补

齐安全数据短板。唯有经得起科学审视、市场检验,中药企业方能在变革中站稳脚跟。为此,企业需主动梳理品种,加强上市后研究,及时修订说明书,切实守牢药品安全底线。

监管的新要求不是行业发展的“寒冬”,而是提质增效的“东风”。新规对药品说明书设置了刚性门槛,终结了中成药批准文号“只进不出”的局面,淘汰安全风险不明的品种,以良性竞争倒逼产业从“数量扩张”向“质量优先”转型。

中成药的规范化,不是单一环节的整治,而是全产业链的系统性重塑。从药品说明书修订,到价格规范,再到饮片炮制标准完善,一系列监管举措形成合力,将推动中医药走向科学实证。这道“硬门槛”,既守护百姓用药安全,激活行业发展动能,也将助力中医药行业更好服务全民健康。

据新华社

勇毅在刹那! 何为担当,何以坚守

● 任沁沁 吴刚

危险来临之际的选择,往往是品格最直接的显现。

1月3日,漯河街头。一男子持刀挥向人群,47岁的司法行政戒毒女警王妙丽以身体为盾,隔开凶险与群众,脸上却被划出多道伤口,缝合30多针。那一瞬间的向前,是一种岁月中沉淀的力量,它迸发于迎难而上的刹那,更勃发于二三十载如一的坚守。

正如王妙丽所说:“怕,但再来一次的话,我还会冲上去。”真实的勇敢,从来都伴随着坦诚的畏惧,唯其如此,那份选择才更具重量。

把镜头拉长,勇敢便有了更丰富的维度。23年从警路,她站在戒毒讲台授课8000余课时,帮助1200多人走出迷雾;她奔走乡间,帮扶失依儿童,以耐心唤回迷失的灵魂。勇敢,是关键时刻的挺膺,也是日常岁月的持守。二者融于一颗心:对生命的敬

畏,对职责的忠诚。在王妙丽身上,刚与柔不是对立的,而是使命的两面。面对暴力,她以刚制暴,展现法治的威严与底线;面对误入歧途者,她以柔化人,传递治理的温度与希望。这种“刚柔相济”,照见了现代社会治理应有的内涵:既需要坚决捍卫秩序的“铁壁”,也需要修复人心的“暖流”。

今天,人们格外需要这样沉潜实干的榜样。他们的故事不一定轰轰烈烈,却在不懈坚持中垒起社会信任的基石。正是这些散落在平凡岗位上的微光,抵御着冷漠与疏离,让“平安”成为可触的民生福祉,让“向上”成为可感的社会气候。

何为担当,何以坚守?当人人都能多一些向前一步的勇敢,多一份润物无声的韧性,正义之举终将汇聚为推动社会向善之力。据新华社

莫让“烂尾”的通报蚕食公信力

● 刘佳敏



岁末年初,一些地方和部门加大了过往一年舆情通报的发布。但记者调查发现,有的地方在初期通报中往往表示要“严肃处理”“深入调查”,但随着舆论热度下降,承诺的调查却不了了之,成了“烂尾工程”。这类“烂尾”的通报,不仅无法回应公众期待,反而会蚕食群众信任,侵蚀公信力。

“通报烂尾”的表现形式不尽相同。有的虎头蛇尾,待舆论关注减退,调查与处理结果却石沉大海;有的语焉不详,用“高度重视”等笼统表述代替具体问责,对核心问题避重就轻;有的信息披露像挤牙膏,不是完整全面披露信息,而是遮遮掩掩“等等看”。

“烂尾”的通报非但不能平息公众疑虑,还可能引发更强烈的舆情震荡。信息披露不充分留下的真空地带,很可能会被猜测、臆断乃至谣言填充,给后续处理增添难度。

“烂尾”通报的滋生,究其根源是政绩观错位,群众观念淡薄。遇到公共事件,一些地方和干部第一反应是应付舆情,而非应对问题;发通报是怕上级追责,而不是为回应群众关切。有的领导干部甚至抱有侥幸心理,觉得“舆情一降温,

监督即退场”。监督与问责未形成闭环,也在一定程度上助长了“通报烂尾”。通报中的问题整改是否进行、效果究竟如何,往往缺少强有力的制度约束和监督问责,使得“重表态、轻落实”几乎无需代价。

根治“烂尾”的通报,要从根源上扭转视舆情为洪水猛兽的观念。通报不是“权宜之计”。发通报的目的不是“让事快点过去”,而是“公布真相、回应关切、解决问题”。要将通报作为有效的沟通手段,把调查结果及处理意见讲清楚,切切实实拿出解决办法,让通报成为密切联系群众、推动问题整改的契机。

根治“烂尾”的通报,需要建立刚性督办与公开反馈制度。通报里的措施谁来负责、进度如何、何时完成、成效怎样,都要有人管,都应拉出来“晒晒”,形成内部监督、群众监督、舆论监督相结合的监督合力。

舆论关注会转移,但问题不会消失;热搜会更新,但记忆不会抹去。只有当人民群众的期待“句句有回应、事事有着落”,信任才会真正生根,公信力才能真正牢固。

据新华社

热评

“小额快救”兜底 织密织牢民生保障

● 朱浙萍

近日,民政部、财政部联合印发《关于进一步健全完善临时救助制度的意见》(以下简称《意见》),聚焦提升临时救助的时效性与可及性,推出一系列务实举措。其中提出,对因遭遇突发变故、意外伤害、重大疾病等急难情形,导致基本生活暂时出现严重困难的家庭或者个人,实施“小额快救”,进一步畅通快速申请渠道,简化审核审批程序,并明确“办理时限不超过3天”。

救急如救火。在社会救助安全网中,临时救助本就是“兜底的兜底”,而“小额快救”则进一步让这张安全网更有灵敏与温度。它以“小金额、免核对、快办理”为原则,迅速响应群众燃眉之急。这种“快”,是建立在精准识别与制度信任基础上的高效;这种“小”,是聚焦基本生存需求的务实托底。72小时之内完成救助,不仅是一份政策承诺,更是对生命尊严与社会公平的庄严守护——它让你独自困境的人知道:国家不会让你独自坠落。

值得一提的是,《意见》将刚性支出困难家庭、低保边缘人口、未参保失业人员、未就业高校毕业生等保障“中间层”群体纳入临时救助视野。对因教育、医疗等必需支出骤增而陷

入困境的家庭,对尚在低保或特困审核期但基本生活已难以为继的群众,都可依规先行帮扶。这种梯度化、动态化的制度设计,让社会救助从“保生存”向“保基本、促发展”稳步迈进,展现临时救助体系的系统性、包容性与前瞻性。

近年来,国家分层分类的社会救助体系日益完善,覆盖对象从低保、特困人员拓展至边缘群体,初步建立起全国困难群众动态监测与常态化帮扶机制——真正为每个人系上了一条“安全带”。数字是最有力的证明。“十四五”期间,全国年均实施临时救助超880万人次,这背后是千万个家庭在意外来临时获得的喘息之机,是无数个个体在命运突变时感受到的制度支撑。

民困在恤,恤则安生。对困难群众的兜底保障,体现的是民生厚度、政策温度,也折射出一个社会的文明高度。当前,我们追求的现代化,是全体人民共同富裕的现代化。每一个发展阶段,我们都要尽力而为、量力而行,在不断织密织牢的民生保障网中,让更多人共享发展成果,获得稳稳的获得感、幸福感、安全感。

摘自《钱江晚报》

别被算法“喂”大了恐惧

● 李一能

近日,武汉病毒研究所发布研究成果,证实口服核糖苷类药物能对尼帕病毒产生高效抑制活性,将有望成为应对该病毒的有效药物。

虽然从有效药物候选,到正式上市的产品,还要经历一段时间,但这款药品客观上已经发挥了效用,缓解了不少人的“心病”。

印度尼帕疫情暴发,令许多人一直处于焦虑状态。笔者身边有些朋友就是如此,不敢吃水果,整天如临大敌,他们的一个共同点是,都曾在视频平台搜索过尼帕病毒的相关内容,结果就被算法“盯上”了,自此被内容惊悚的推送所包围。

最高可达75%的致死率,没有特效药和疫苗,长达一个月的潜伏期,可以人传人……相比内容全面的科普视频,突出展现这些负面标签的短视频更容易获得算法的青睐,点击量天差地别,也就意味着容易焦虑者将在算法的引导下,陷入更为焦虑的茧房。

作为世界上致死率最高的病毒之一,对尼帕病毒保持警惕当然是必要的。但我们也应当意识到,警惕不等于恐慌,而消除恐慌最好的办法,就是应当对该病毒有全面正确的认知。

尼帕不是新病毒,每隔几年都会在南亚地区出现,但每次传播的范围都较为有限,很快就会被控制住。其原因是病毒只能在致死率和传播力之间二选一,高致死率意味着较低传播力,除非该病毒发生重大变异,否则很难发生大规模人际传播,在短时间内形成大流行。

目前,各国已经采取了相应防疫管控措施,我国尚未发现病例,专家也给出了相应安全对策。包括管控好入境口岸,重点筛查疫情地区入境人员,避免前往疫情地区,保持良好的个人卫生习惯等等。以目前疫情的发展情况来看,只要保持关注就足够了,正常生活完全不应受到影响。

所以说,中国在此时发现尼帕病毒有效药物,除了能为疫区人员提供直接支援外,更重要的作用是安抚人心,让大家知道这种病毒不是无药可医,缓解公众的焦虑情绪。

除此之外,媒体和网络平台也有责任,前者可多制作一些全面专业的知识解读,而后者应当干预算法,对这些内容进行优先展现,破除流言传播真相,让知识成为我们坚强的后盾。

摘自《新民晚报》

锐评

别让探店视频沦为流量游戏场

● 黄梅阁

一条火锅探店视频引发的消费纠纷,意外掀开了网红探店背后的灰色产业链。据媒体报道,贵州紫云县的消费者在短视频平台看到博主推荐的“本地人私藏”火锅套餐,视频里色泽红亮的牛肉和博主夸张的吃相让人垂涎欲滴,可当消费者兴冲冲到店后,却发现食材分量缩水,口感平平无奇。这种“照骗”式的探店体验,如今正成为消费者权益保护的盲区。

经调查,这起事件背后是一家文化传媒公司在系统化运营。该公司从2023年起,同时运营9个探店账号,发布了4600多条视频,其中美食类占比超70%。这些视频有着惊人的相似度:从“性价比天花板”到“偷偷告诉你”,从“本地人私藏”到“老板不让外传”,标准化的话术模板被批量复制在不同店铺身上,仿佛流水线上的“广告复制品”。更耐人寻味的是,这些视频刻意规避“广告”标识,以“真实感受分享”为名行商业宣传之实。当消费者向市场监管部门投诉时,涉事公司试图用“服务费”为幌子掩盖商业推广的本质。这不仅侵犯了消费者的知情权,更破坏了市场公平竞争的规则。

这种隐性广告的泛滥,正在从多个

维度扭曲正常的市场秩序。从消费者角度看,探店视频的“真实性”是信任的基础。当博主用夸张的表演掩盖产品的真实质量,消费者不仅为虚假宣传买单,更面临选择权被剥夺的困境——原本基于个人体验的分享,变成了精心设计的营销陷阱。从商家角度,部分中小餐饮店为了短期流量,默许甚至参与这种“剧本式”探店,将会给行业带来“劣币驱逐良币”的结果,使诚信经营商家被挤出市场。从平台角度,短视频平台对这类内容的审核往往流于形式,既损害了用户的信任,也削弱了自身的公信力。

探店视频“变味”,本质上是流量经济下的信任危机。在算法推荐和流量变现的驱动下,内容生产者为了追逐点击率和转化率,不惜牺牲真实性。这种“流量至上”的逻辑,让原本基于个人体验的分享,变成了精心设计的营销工具。更讽刺的是,当消费者发现被欺骗后,往往面临维权困难——由于缺乏明确的广告标识,消费者难以证明自己受到了商业宣传的误导;而平台方则以“用户自主选择”为由推脱责任。

要破解这一困局,需要多方合力构建良性生态。监管部门应完善对网络



广告的界定,明确“隐性广告”的认定标准,对违规行为加大处罚力度。例如,可参照《互联网广告管理办法》,要求探店视频显著标注广告信息,否则不予推荐或下架处理。平台方须建立更严格的审核机制,利用技术手段识别标准化话术和虚假内容,对违规账号进行封禁或限流。同时,平台应承担起社会责任,通过算法优化推荐真实、有价值的

探店内容,而非单纯追求流量。消费者则要提高警惕,对过于夸张的探店内容保持怀疑,遇到虚假宣传及时举报。

探店视频本是消费者与商家的桥梁,却因“隐形广告”异化为信任“断桥”。唯有法律、平台与消费者形成合力,才能真正构建起一个让消费者放心的“云探店”环境,而不是充满套路和陷阱的“流量游戏场”。

摘自《北京青年报》