

走正道以求“真进”

2025 新春说“进”

毛海清

新的一年，人人都有很多打算与愿望。近日，与几位年轻干部交谈，感到他们踌躇满志、意气风发，期待在新的一年里有新作为、新成就，更好地成长进步。

年轻干部的成长进步靠什么？有人说靠组织培养，有人说靠自身努力。实际上两者并不矛盾，这符合原则，合乎规矩，应该是个人成长的正确道路。然而，也有人既不相信组织，也不踏实工作，认为晋级、升职主要靠搞关系，靠“上面有人”。一门心思跑官要官、行贿买官，把个人成长进步的全部砝码压在“关系”上面。许多事实证明，这种歪门邪道根本靠不住，到头来只会竹篮打水一场空。

歪门邪道的实质是丧失原则、破坏规矩。“生命在于运动，升官在于活动”“不跑不送，原地不

动”“苦干不如巧干”……搞歪门邪道，实际上就是搞权钱交易，搞小圈子、团团伙伙甚至形成人身依附关系。这不仅损害公平正义，而且违反党纪国法。应该看到，随着全面从严治党向纵深推进，执纪越来越严格，违规办事越来越行不通。有人如果还想搞歪门邪道，触碰“高压线”，不仅达不到目的，还可能锒铛入狱，受到法律制裁。

一个人要求进步不是问题，追求进步走正道还是走邪道，才是大问题。以走邪道追求进步，“必有实缺”；而走正道取得的进步，才是实实在在的“真进”。

思想上要上进。一个干部思想好不好、政治上是否合格，首先要看他的从政动机。习近平总书记多次强调要“讲官德”，并指出“安天下，必须先正其身”。官德，也就是从政道德，是官从政者德行的综合反映。职务进步了，更要树

牢以人民为中心的执政理念，当好勤务员，不当官老爷；要与人友善，以德服人。有的人“心眼”太多，工于心计，好争功诿过；有的人“小心眼”，嫉贤妒能，热衷于“挖坑”“埋雷”、打“小报告”。德行不好的人，即使一时“进”了，也只是“假进”，总有一天会跌得很惨。

本领要有长进。干部有德没有才会误事，有德有才方能成事。党中央提出“优秀年轻干部要有足够本领来接班”的命题。解决干部“本领恐慌”、能力不足问题，一是让他们到实践中去经风雨、见世面，增长才干；二是自身得加强学习，提高理论修养，扩大知识面。对一个优秀的领导干部来讲，历史眼光和哲学思维是看家本领，体现和提升其认识事物、分析矛盾、解决问题的能力和水平。在这方面，年轻干部尤其要下大工夫。

作风要有改进。好干部要有好作风。一个干部的作风好不好，可以从他对老百姓的态度看出来——是与群众打成一片，满腔热忱地关心群众，维护群众利

益，还是冷漠生硬，对群众的疾苦无动于衷，甚至损害群众利益？正派的干部往往是老实人，说老实话、办老实事，不投机取巧搞形式主义。当然，好干部是好人，但不能是“老好人”，对坏人坏事必须敢于批评和斗争。

心态要有转进。年轻干部成长，既靠组织培养，也靠自身努力。但是，组织培养，并不是组织向你承诺什么；个人努力，也不是自我设计。现实生活并不存在这样一种“公式”：只要在一端输入自己的才智，另一端马上就得出“升迁”“嘉奖”的结果。年轻干部应心态向善，向好转进。其实，平凡不等于平庸，升职并不是进步的唯一途径，应筑牢“青年要立志做大事，不要立志做大官”的信念，在自身岗位上有所作为，成就事业也成就自我。



扫码即知药品“前世今生” 不只利好患者

何勇海

国家医保服务平台App“医保药品耗材追溯信息查询”功能于近日正式上线，购药者通过扫描药盒上的药品追溯码，即可获取详细的药品销售信息，了解药品的“前世今生”。目前，每天有近3.3万人次使用这一功能查询药品销售信息。据介绍，如被查询产品涉嫌多次销售，群众可依据此信息按照相关法律法规条款要求，向销售此药品的定点医药机构索赔(2月11日光明网)。

追溯码是药品的“电子身份证”，标识在药品包装的显著位置，是每盒药品出厂时就被赋予的唯一身份标签。据介绍，若在流通过程中药品追溯码重复出现，则该药品可能是“回流药”、假药或是被串换销售。有了药品追溯码，就可对“回流药”、假药、药品被串换销售等违法行为，实现精准发现、精准打击，守好参保人员的“看病钱”“救命钱”。

拿“回流药”来说，它是指行为

人使用他人医疗保障凭证，或参保人利用医保报销，从定点医药机构购买药品，在个人实际支付购药费的基础上，加价销售给药品回收人、药品回收人销售给医药机构、诊所等，医药机构、诊所再销售给患者。比如医保参保人自费10元，开出总价100多元的药，在药贩子帮助下，哪怕只以50元的价格卖出去，二者也可从中赚40元。倒卖“回流药”是欺诈骗保行为，导致本该用于救命的医保基金被不法分子啃食。若药品追溯码得以运用，扫码即可发现、拦截“回流药”，就

可打击倒卖行为，降低医保基金损失。

扫码追溯码，还可呵护患者的用药安全。“回流药”脱离药品储存必要的温度、湿度条件，药品质量难以保障；国家医保局曾披露，有的药贩子往“回流药”药盒里装入假药卖给药店，以假乱真；因药品有效期不直接印在药片上，有药贩子把临期或过期的“回流药”从原包装中拆出来，再装入新药盒，张冠李戴；还有药贩子在拆解重组“回流药”过程中，常常混淆剂量规格、药品种类……识别“回流药”倒卖行为，事关民众的用药安全和健康权益，药品追溯码就显得格外重要。

此外，消费者还可依药品追溯码所载明的信息维权索赔，做到责任可究、损失可赔。药品追溯码对生产企业也具有极高的价值，企业能了解到自己的产品具体卖到了哪里，进行精细化的渠道管理。通过对药品追溯码全过程的采集，企业可逐步提高数字化管理能力，更加及时准确地掌握各地市场情况，快速响应市场需求，提升企业竞争力。

药品耗材追溯码信息上传本着自愿互惠的原则，国家医保局全面推进“码上”严监管，有赖于广大医药企业积极主动向国家医保服务平台上传产品追溯数据信息。有人比喻，药品追溯码的价值含量特别大，是整个医药产业的“全息地图”，期待药品追溯码早日实现全流程、全量采集和全场景应用，让追溯码成为“流行码”，进而实现“全药皆可查”。

从《哪吒2》看“中国风”的全球表达

新华时评

李蓉

2025年春节，中国动画电影《哪吒之魔童闹海》(以下称《哪吒2》)登顶中国影史票房榜，并携“东方魔童”开启全球上映。中国动画以科技为笔，饱蘸五千年文明的浓墨，书写出兼具民族性与世界性的故事。在技术与艺术的珠联璧合中，在文化自信与科技进步的相互激荡中，世界看到了一幅既原汁原味、又好戏好看的中国文化新图景。

日前，《哪吒2》海外上映计划覆盖澳大利亚、新西兰、美国、加拿大、日本、新加坡等多个国家，8日已在美国洛杉矶的好莱坞TCL中国大剧院举行北美首映

礼。北美以及澳大利亚、新西兰等地预售火爆，部分场次一票难求，观众期待已经拉满。“以顶尖动画技术与深刻叙事重新定义了中国电影工业的高度”“重塑全球电影市场格局”，专业人士好评如潮。

《哪吒2》用科技为传统文化插上了腾飞的翅膀，掀起了一场视觉革命。影片将永定土楼、敦煌壁画融入场景设计，让混天绫的飘动轨迹暗合书法笔意——这种“新国风”美学，既非简单复刻传统，亦非一味迎合西方审美，而是以科技为媒介创造的文化“第三空间”。

影片将《山海经》中的神话元素与赛博朋克美学结合，重构了东海龙宫的视觉体系，传统水墨的晕染效果通过自主研发的“动态水墨渲染引擎”融入3D动画，让“蛟龙入海”的传说既保留古典意境，又充满未来感。这种技术突破并非炫技，而是对中国文化基因的深度

解码。

《哪吒2》的爆火背后，是中国动画产业链的全面升级。4000人团队耗时五年，以“死磕精神”完成从剧本打磨到特效合成的全流程闭环。影片所用到的渲染技术、动作捕捉技术也让中国动画完成了从“技术输入”到“标准输出”的转身。技术创新使得《哪吒2》能以日均数亿元的票房横扫市场，更让纽约时报广场的巨屏预告成为中国文化出海的实力宣言。

《哪吒2》以及之前爆火的游戏《黑神话：悟空》都是将中国传统神话故事以全新的叙事方式、国际化的美术风格呈现给观众。通过对经典形象的现代化塑造，使得中国动画受到全球观众和玩家的追捧。路透社称，《哪吒2》的爆火，印证了中国本土IP的强大号召力。人们看到，《哪吒2》和《黑神话：悟空》作为具有国际竞

争力的作品，展现了中国文化的独特魅力，它们的成功让更多创作者意识到，中国文化不仅可以满足国内市场需求，还可以被全球共享。

“哪吒”和“悟空”携手，向世界人民展示了独具魅力的中华文化元素。这类作品所构建的新范式，颠覆了好莱坞的“文化猎奇”逻辑，也鼓励各文化主体重新审视挖掘自身传统，自信地营造百花齐放、文明互鉴的新图景。

当“哪吒”脚踏风火轮冲出国门时，他承载的不仅是角色的命运转折，更是一个古老文明在数字时代的新生。从《黑神话：悟空》到《哪吒2》，从虚幻引擎到动态水墨，中国正以“科技+文化”的双螺旋基因，深度参与全球文化格局的重构。这不仅是产业的崛起，更是文明对话的启航——在这里，混天绫舞动的是东方美学的韵律，而风火轮燃烧的是人类对创新的永恒渴望。

“家访”重“访”而不唯“家”

木须虫

上海部分中小学教师上门家访遭家长拒绝，近日这则新闻成为热点。家访，曾是教师与学生家庭沟通的重要桥梁。在通信技术发达的今天，入户家访是不是已经过时？在有的学校向家长发放的家访问卷中，面对入户家访、电话家访、来校面谈等选项，90%以上的家长选择电话家访或者来校面谈(2月11日《金陵晚报》)。

家访曾经是老师和家长之间主要的联系方式，一直以来也被视为老师尽职的象征，其意义有两个方面：一是与家长面对面沟通，交换关于教育孩子的看法；二是看一看孩子的家庭生活环境，了解孩子学习之外的其他信息。这种家校沟通方式，客观来说是受到时代条件的限制，毕竟那个年代没有更多更好的交通、通信工具，走家串户是唯一的选择。

方式从来是为目的服务的，不仅方式可以多元，而且不同方式之间也存在着理性的比较，如便利与不便利、成本高低，甚至包括沟通双方对形式选择的意愿，等等。反映到教师与家长的沟通方面，时

代在变化，情况也变得复杂。

首先，入户沟通面临着效率考验。传统的家访入户，步行虽然很慢，但无论城乡，孩子的分布很集中，一路下来就能够走访很多家庭。而如今的城市要复杂得多，交通拥挤，高楼林立，找个门都不容易，效率低，成本就要高得多。其次，当下并不是所有家长都愿意老师来家里，因为越来越多的人开始在自家这个私密空间，涉及一些隐私与顾虑，不能被轻易忽略。

虽然学校教育鼓励教师与家长的沟通，但也需要找到与时代适应、双方能够共同接受的方式与手段，从而让家访达到真诚、有温度、有成效的目的。换言之，对“家访”需正本清源，重在“访”而不唯“家”。

一方面，把教师特别是班主任与家长单独面对面的沟通与交流，纳入教育管理，设定具体的任务，注重沟通的过程，提升沟通能力，拒绝“到家拍照打卡”的形式主义；另一方面，准确对“访”的性质进行定位，如“约谈”会更精准，由教师与家长商量具体的时间与地点，会面怎么方便怎么来，乃至“视频交流”也未尝不可，相互尊重，规避顾虑，会让沟通更有效。

上门向差评顾客“道歉”：商家不能丢了商业伦理

王志顺

黑龙江齐齐哈尔一女子发视频称，2月2日她到当地一家茶饮店买柠檬茶，因服务员态度问题，她在第三方平台给该店留下差评。涉事店家不仅查到她的真实姓名，还带人找到她的住所，并按响了她家门铃，称要给她当面“道歉”，店家甚至还找到了她父亲的工作单位。10日下午，该茶饮店所在商场的工作人员告诉记者，店家在销售过程中产生服务问题并引发舆情，2月6日商场已要求店家暂停营业(2月11日极目新闻)。

这起纠纷的起因，是店员服务态度问题，但吊诡的是，因留下差评，意外遭遇店家侵犯隐私、上门“道歉”的离奇事件。这深刻地揭示了当前商业环境中，消费者权益保护与商家服务伦理的深层次问题。从消费者权益角度看，这起事件是对个人信息安全边界的公然践踏。在数字经济时代，消费者的每一次评价、每一次消费，都可能成为商家收集和利用的数据。然而，这并不意味着商家可以随意侵犯消费者的隐私权。消费者的评价，无论正面还是负面，是基于个人体验的真实反馈，是市场调节机制的重要组成部分。商家应当尊重这一反馈，而不是将其视为可以随意操控的“工具”。

商家对差评的极端反应，暴露其服务理念上的扭曲。在商业活动中，顾客就是上帝，这不只是一句口号，更是商家应当遵循的基本原则。面对消费者的不满，商家应当反思自身服务存在的问题，积极改进，而不是采取报复性的行为。这种短视的行为不仅损害消费者的利益，也破坏商家自身的品牌形象和长远利益。

这起事件反映了当前商业环境中对于消费者评价功能的误解和滥用。消费者评价本应是促进市场竞争、提升服务质量的正向力量，但在某些商家眼中，成了可以操控、可以利用的“武器”。这种扭曲的评价观，不仅损害了消费者的权益，也破坏了市场的公平竞争环境。

这起事件是对商业社会的一次警示。它提醒我们，必须加强对消费者隐私的保护，建立健全的消费者评价机制，确保消费者的每一次评价能得到公正、合理的对待。商家应该重新审视自身的服务理念，将消费者放在更加重要的位置，以诚信、专业的态度面对市场的每一次反馈。当然，政府和相关部门也应加强对商业活动的监管，对于侵犯消费者权益、破坏市场秩序的行为给予严厉的打击和惩罚。只有这样，才能构建一个健康、公平、透明的商业环境。



把“票房小偷”置于群众监督的汪洋大海

冯海宁

2月9日，青海一博主发帖称，自己一行三人去看《哪吒2》，买到的电影票没有打印，影院、时间和座位号均系手写，怀疑是偷票房，并向中国电影协会公众号电影票房监督进行了举报。院线业内人士表示，影院出手写票就意味着，票房收入没有进入国家电影专资办系统，属于偷漏瞒报(2月11日上游新闻)。

眼下，《哪吒2》是影院最卖座的电影，总票房(含点映及预售)已经突破87亿元。不过，这可能不是《哪吒2》票房收入的真实数字，因为某些售出的电影票收入没有计入总票房，例如影院手写的电影票。尽管涉事影院工作人员称，手写票是打折票，可以根据消

费者需求打印票根，但仍难以打消偷票房的嫌疑。

该帖在网上引起热议，多地网友晒出该部电影的手写票，怀疑影院偷票房。结合以往手写电影票被证实是偷票房，以及业内人士的说法，基本上可以认定，手写票就是偷票房。部分影院这么做，就是想独吞手写票带来的收入，损害了其他相关方的利益。

正常情况下，影院卖出的一张电影票，在交完国家电影专项基金和有关税之后，影院、院线、投资制作发行的片方一起分成。当影院手写电影票的收入没有进入国家电影专资办系统，既影响国家电影事业发展，也造成国家税款流失，同时伤害了投资者、制片方、发行人的利益。所以，对偷票房的影院须强化监督与惩治。

影院偷票房现象存在已久，手写票只是“偷招”之一，此外，零元票、业务票、结构票、团购、包场等，也存在偷票房问题。对此，国家主管部门曾印发《关于加强电影市场管理规范电影票务系统使用的通知》。但从现实情况看，在商业利益驱使下，部分影院并没有改掉偷票房的毛病。可见，整治影院偷票房还得拿出更有威慑力的措施，既要从监督端发力，也要从惩治端入手。

即便手写票不是偷票房，也是违规行为，据说国家电影专资办要求，所有影院需要为消费者提供机打票。遏制手写票这种现象，有关方面要鼓励监督，将“票房小偷”置于群众举报的汪洋大海，电影专资办、行业协会、电影片方等，应

该合力鼓励观众举报偷票房，形成强大震慑力。

对已查实的偷票房行为，有关方面应该对举报群众进行适当奖励，以调动群众监督积极性，降低治理成本。被查实偷票房的影院，应予以联合惩戒，除终止合作、公开曝光外，还要依法开出罚单。根据《电影产业促进法》，电影院等存在虚报瞒报销售收入等行为，轻则罚款，重则停业整顿乃至吊销许可证。

既然部分影院通过手写票偷票房是为了利益，就应该根据违法情节让其付出更大代价，使其不敢、不想偷票房。而依法处罚的前提是强化监督，除了鼓励举报外，还应该利用大数据、AI等技术手段加强监督，让影院没有机会偷票房。