

推动普惠托育，擦亮“甬有善育”

兰 草

一个婴儿呱呱坠地后，在进入幼儿园之前有三年的“空窗期”，早些年多由长辈或保姆照护。由于双职工家庭日益普遍、职场女性支持育儿难两全、祖辈力不从心、保姆带孩不让人放心等问题，机构托育成为众多家庭的新选择。

新中国的托育事业，经历了一个漫长曲折、几起几落的过程。新一轮托育事业兴起于2019年，由于家长有需求，各方有热情，经国家层面支持和推动，托育机构如雨后春笋快速扩张，成为减轻家庭养育负担、提振年轻夫妻生育意愿、保障婴幼儿健康成长的基础性工程。不过，从现实看，托育服务目前普遍存在一些短板：出生人口减少，导致托育服务潜在客户体缩小，托位空置较多；前期投入大、运营成本高；劳动强度大、薪资低、缺乏认同感，培养体系和晋升通道尚不完善，从业人员流失率高。

近年来，宁波为实现“甬有善育”，政策机制、服务供给、要素保障等不断健全完善，托育服务专

业化水平不断提高，相关指标持续走在全国前列，获评首批全国婴幼儿照护服务示范城市。但甬城托育市场也是喜忧参半：三成托位“虚席以待”，部分托育机构亏损甚至关停注销。要满足公众托得上、托得起、托得精的期盼，托育机构需要不负重“托”，以专业化、规范化、品牌化的服务赢得家长的信任。

增加数量、合理布点。调查表明，就近入托解了许多双职工的燃眉之急，但也有居民反映，托育机构离家远，每天为接送孩子疲于奔命。为提高托位建设的合理性和精准度，须因地制宜发展单位办托、社区嵌入式托育、家庭托育点等多种模式，实现资源的科学、集约、高效利用，满足群众“15分钟托育圈”的愿望。

加强师资力量，补齐人才短板。科班出身的托育教师具备社会学、教育学、心理学、语言文学和扎实的育儿专业知识，教育理念先进，能为孩子提供高质量的教育和关爱，也能为自己赢得更多的职业发展机会。但目前获得保育师证、育婴师证“双证”的托育人员比例偏低，从业者资质亟

待提升。

重视托育质量。目前，托育已开启“卷”品质的时代，服务质量渐成机构的底气和核心竞争力。托育机构必须探索符合孩子成长规律和家长期望的教育理念，加大婴幼儿照护和早教课程研发力度，注重孩子在认知、语言、情感、社交和美育等方面的全面发展，为其一生健康成长打下坚实基础。

提供安全、健康、有序的环境。婴幼儿是家长的心头肉，又是最脆弱的群体，守好安全底线是重中之重。有的托育机构为控制成本，在设施建设、消防安全、保育服务等方面“偷工减料”，隐患较大，家长心有顾忌，以至于对托育敬而远之。托育机构须增强责任感、紧迫感，确保用水、用火、用电、用车、用餐等方面万无一失。

注重性价比，让家长托得起。宁波4万余个托位中八成以上属“普惠”，托育价格总体走低，但仍不能满足部分群众特别是低收入群体的心理预期。经营主体需不断探索智慧托育、老幼结合等方式，提高托位利用率，以全方位要素推动降本提效，提高托育性价比，为群众提供价格可承担、质量有保障的

托育服务。

发展托育事业既是家事，更是国事，关系亿万家家庭的福祉，需要全社会共同参与、协同发力。揆诸现实，有的家长对托育仍不太了解，需要强化正面宣传引导，也可通过送教上门现身说法，营造托育服务发展的良好氛围，激励更多家庭将托育意愿变成实际行动。政府部门须逐步建立健全托育服务政策法规体系、标准规范体系、保障供给体系；在财政补贴、税费减免和土地、规划等方面加大政策扶持力度，以真金白银为企业减负，促进行业可持续发展；强化综合监管，确保托育服务的质量和安全；加强规范性建设，探索实施机构等级评估，鼓励创先争优，树立良好的托育品牌形象；完善托育人员资质认定及准入制度，优化人员培养体系，健全收入和社会保障制度，拓展托育人员晋升途径，增强其职业归属感和吸引力。



商标玩“文字游戏”是在自毁品牌

戈岩平

近日，白象“多半袋面”“多半桶面”，因“多半”是注册商标，被指宣传玩“文字游戏”，引发热议。白象方面回应，“多半”确是商标，产品克重以包装标注为准。

商标本应是品牌独特的识别符号，绝非模糊产品真实属性的“魔术布”。从消费者角度看，“多半袋面”“多半桶面”搭配“大分量，倍满足”的宣传语，极易让人理解为，产品分量比普通装多一半。白象以“多半”商标为盾牌，悄悄在包装上玩起文字游戏，为“量多”的暗示披上“隐形外衣”。

从法律层面讲，商标法虽允许企业用描述性词汇注册商标，但使用时不能误导消费者。白象将“多半”注册为商标本身不违

环境监测报告作假就该被定罪判刑

舒爱民

近日，最高人民法院发布5件2024年度人民法院环境资源审判典型案例，涉及依法严惩第三方环保服务机构弄虚作假、跨区域运输倾倒危险废物、污染环境等违法犯罪行为。一家被告单位以“包合格”承揽环境监测业务，出具虚假报告222份，获利76万余元，人民法院以提供虚假证明文件罪对该公司和责任人员一并定罪判刑（6月5日央广网）。

环境影响评价、污染物排放等环境监测数据是环境治理的核心要素，是政府制定环保政策、企业落实污染防治措施的核心依据。一些第三方机构为牟取暴利，将“包合格”作为揽客招牌，通过伪造数据、虚构报告，为企业“洗白”污染行为。222份“注水”报告背后，是76万元的经济利益，更是222次对生态安全的公然践踏。当虚假数据成为“通行证”，污染企业得以逃避监管，环境隐患被层层掩盖，最终受害的是公共利益。

环保数据造假屡禁不止，根源在于利益驱动与监管漏洞的双重作用。部分企业为降低治污成本，甘愿支付“买平安”的代价；第三方机构在“监管盲区”中肆意妄为，形成“造假一获

法，可在宣传中，因未突出“多半”的商标属性，易让消费者误解为分量描述，涉嫌违反《消费者权益保护法》中企业需真实、全面提供商品信息的规定。

在如今的市场环境中，类似的“擦边球”现象并不少见。比如千禾“0”酱油、简爱“其他没了”酸奶等，都是利用消费者“望文生义”，玩“合法但缺德”的营销。这种行为，虽可能短期内吸引了眼球、增加了销量，但从长远看，损害的是企业信誉和消费者信任。

白象曾因助残等善举被称为“国货之光”，收获大量消费者好感。此次“多半”争议，无疑给其品牌形象蒙上了阴影。企业要明白，品牌声誉是长期积累的结果，诚信才是立足市场的根本。靠玩文字游戏吸引消费者，最终会失去人心。

利一再造假”的恶性循环。此外，跨区域协作不足、监测技术漏洞、行政处罚力度有限等，也给了造假者可乘之机。

对此，司法机关正以“零容忍”态度重拳出击。《刑法修正案（十一）》将提供虚假证明文件行为纳入刑事打击范围，最高检与公安部联合发布的立案追诉标准，明确将“两年内造假三次”“违法所得10万元以上”等情形列为量刑依据。最高法此次典型案例的发布，不仅是对潜在犯罪行为为的威慑，更是向社会传递明确信号：数据造假绝非“擦边球”，而是触碰法律红线的重罪。人民法院通过定罪判刑与罚金没收的双重惩处，既斩断了利益链条，也抬高了违法成本，倒逼行业回归诚信轨道。

遏制数据造假，不能仅靠事后惩处。加强监管科技应用，如推广区块链存证、实时数据溯源等技术，可提升监测数据的不可篡改性；建立跨部门联动机制，打通环保、公安、司法的执法壁垒，形成全链条打击合力；畅通公众监督渠道，鼓励企业“吹哨人”制度，让社会力量成为监督网络的毛细血管。唯有织密制度之网，才能让虚假报告无处遁形。

让每一份监测报告都在阳光下接受检验，让数据造假者付出应有的代价，这222份“注水”报告的曝光，是一记响亮的警钟。

“定制化优惠券”有违公平交易原则

董方萍

6月3日，江苏省镇江市消费者协会发布的《网络消费差异化定价调查报告》引发热议。报告显示，电商平台不同设备显示不同价格、旅游平台同一房型不同入口价格不同等现象较为常见。镇江市消协表示，随机派发优惠券并不能绝对地认定为差异化定价，若依据大数据分析专门向特定消费群体发放定制化优惠券，导致相同商品出现差价，则涉嫌侵权（6月5日《中国消费报》）。

该报告直指当下互联网经济中一个隐秘却日益泛滥的问题：以技术之名行价格歧视之实，正悄然侵蚀公平交易的市场根基。

所谓定制化优惠券，本质是算法驱动的“价格歧视”。与传统优惠券的普惠性不同，企业通过收集消费者数据，精准识别价格敏感度、消费习惯等特征，向特定群体发放差异化优惠券。例如，对频繁比价的消费者设置更高门槛，对价格不敏感用户则减少优惠力度，甚至对同一商品制造不同折扣层级。此举看似灵活经营，实则违背了市场经济中“一物一价”的基本原则。消费者因信息不对称而陷入“算法牢笼”，无形中支付了更高的价格，公平交易的契约精神被数据与算法解构。

从法律视角审视，此类行为

已触及监管红线。《反垄断法》明确禁止“无正当理由对交易相对人实行差别待遇”，《消费者权益保护法》强调，经营者不得“以格式条款等方式作出对消费者不公平的规定”。当企业利用大数据将消费者“分类定价”，无异于以技术手段制造价格壁垒，既可能构成违法的价格歧视，亦侵害了消费者的知情权与平等交易权。正因此，镇江市消协指出，随机派券尚属合理促销，而定向定制化优惠若导致相同商品差价，则涉嫌侵权——这一界定为执法划清了边界。

更深层的问题在于道德层面的失衡。市场经济健康发展需要诚信与公平的伦理支撑，而“定制化优惠券”折射出企业逐利本性与社会责任感的错位。当算法成为“看人下菜碟”的工具，不仅削弱了消费者对品牌的信任，更加剧了社会群体的割裂感。价格不应成为区分用户身份的标签，企业若以牺牲公平换取短期利润，终将损害市场生态的可持续性。破解这一困局，需以法治约束技术、以伦理引导商业，方多合力构建治理体系，阻止“优惠券”异化为不公平交易的遮羞布。

技术进步不应背离商业文明的初心。在数字经济时代，维护公平交易不仅是法律要求，更是市场经济长远发展的基石。唯有摒弃“算法利己主义”，让价格回归价值本位，才能让消费者在透明、公正的市场上享有真正的选择自由。



让票根不再是一次性消费的句点

王志顺

一张电影票能做什么？上海的回答是，除了是观影的凭证，还能在周边48家商户享受折扣，甚至比会员卡还管用。类似现象正在全国多地上演——从北京簋街的音乐节奏套餐到江西机场的机票联动优惠，小小票根正悄然变身城市消费的“万能钥匙”。这种被称为“票根经济”的新模式，不仅让消费者获得真金白银的实惠，更成为各地文旅融合创新的生动注脚（6月5日央视网）。

票根经济的兴起，折射出消费理念的嬗变。在物质丰富的今天，消费者早已不满足于单一的产品功

能，而是追求更具沉浸感的体验消费。一张电影票不再只是观影的契约，更成为开启城市探索的钥匙。上海影迷手持票根走进联动餐厅时，消费的不仅是美食，更是影视文化的延伸体验；长春游客按图索骥探访电影取景地时，购买的不仅是景点门票，更是一段与银幕故事对话的情感旅程。这种将文化符号转化为消费动能的创新，将冰冷的交易升华为有温度的文化共鸣，契合了人们“为情怀埋单”的心理诉求。

更深层次看，票根经济展现了文旅产业打破边界、跨界融合的发展智慧。传统文旅业态往往各自为政，景区只管卖门票，影

院只负责放电影，商家专注做餐饮，这种割裂的状态既造成资源浪费，也抑制消费潜能。而通过票根串联起的消费生态，就像为城市装上了协同发展的齿轮。“一票通城”的模式不仅延长了消费链条，更创造出“1+1>2”的聚合效应。当文旅要素从单打独斗转向组团出击，城市的整体吸引力自然水涨船高。

从城市营销维度审视，票根经济代表着营销理念从“撒网式”到“绣花式”的进化。过去，城市推广往往追求大场面、大声势，现在则更注重用细腻的点打动人心。一张精心设计的票根，既是实惠的消费券，也是城市文化

的微型展板。当游客拿着电影票免费游览景区时，票根上的风景就在无声讲述着这片土地的故事；当旅客凭机票享受商圈折扣时，航空公司的logo就成了连接旅客与城市的信物。这种润物细无声的营销，比生硬的广告更能建立持久的情感联结。

当然，票根经济的可持续发展需破解同质化难题。当各地纷纷效仿“凭票优惠”模式时，如何避免沦为简单的价格战，真正做出特色和深度，考验着城市管理者的智慧。未来的票根经济应该不只是打折券的集合，而要成为讲述城市故事的立体绘本，让每张票根承载当地独特的文化基因。

用好每年2000万退休老年人这座“富矿”

海 凝

2022年至2031年的十年间，中国将迎来史上最大规模“退休潮”，每年有约2000万人退休。老年人群体是巨大的社会资源，也是高质量劳动力的潜在储备。《2022老龄群体退休再就业调研报告》显示，46.7%老年人重返就业市场是为了寻求个人的社会价值，19%老年求职者希望发挥一技之长，34.3%老年求职者希望通过再就业补贴家用（6月5日上观新闻）。

随着我国老龄化程度持续加深，退休老年人将会逐年增加。对于退休老年人再就业，坊间存在不同看法。一种观点认为，退休老年人就应该安享晚年，没有必要和年轻人“抢饭碗”；一种观点认为，退休老年人拥有丰富的职业经验、社会阅历及成熟的技能。在我国人

均寿命不断延长，特别是在低龄老年人有一定工作能力的前提下，我们应该将退休老年人视为“富矿”，多措并举重新开掘使其造福经济社会。

像最近，一位72岁的“北京奶奶”就火了，其简历中如下：40年高校老师、社区书画社创始人、具备推拿认证资质……无论是其多年教龄积累的工作经验，还是具备推拿认证资质，对用人单位而言，再就业机会无疑增多；对用人单位来说，她是优质人力资源，若再就业，定会为社会创造相应的价值。虽然其年龄是劣势，但从工作经验看是优势。

也就是说，我们不能因为退休老年人“老”，而无视其就业诉求、劳动权益、能力优势。这既需要更多用人单位提供“银发岗位”，也需要法律政策为退休老年人再就业提供支撑。虽说我们已经

步入新经济时代，越来越多的高科技企业闪亮登场，其创始人和员工呈现年轻化特点，但经济社会发展离不开传统行业领域，退休老年人再就业仍有大量机会。

像缺少高学历、高技能的退休老年人，社会上有大量的家政服务、保安、社区服务等岗位可供其就业。拥有丰富专业知识、经验和技术的退休老年人，多元社会也会对其有需求。退休老年人再就业，无论从事什么工作，其个人、家庭、用人单位和社会，应能共赢。现在问题是，年龄大、学历低、技能少、岗位选择少、信息不对称等，成为其再就业“堵点”。

这需要对症下药。譬如，针对“年龄大”，既要纠正用人单位思想观念，将这一劣势转变为优势，也要鼓励开发适合退休老年人的工作岗位，还应依法对歧视老年人的行

为说“不”。针对“学历低、技能少”，既要引导老年人选择与自身情况相适应的岗位，也要通过技能培训弥补短板。针对信息不对称、应聘渠道“堵”，有必要推出退休老年人专属招聘平台等。

挖掘用好退休老年人群体这座“富矿”，需要各方共同努力，特别需要政策法规保障。近日，19部门联合印发《关于支持老年人社会参与推动实现老有所为的指导意见》提出，创造适合老年人的多样化、个性化就业岗位。《关于强化支持举措助力银发经济发展壮大的通知》则提出，引导用人单位大力开发“适老化”岗位，支持超龄劳动者再就业等。

如何将相关文件落地落细，特别是如何利用财政税收杠杆撬动退休老年人实现再就业，仍需要继续深入探索。