

新华社 董瑞丰 李恒

从2025年1月1日起,每孩每年发放育儿补贴3600元,至其年满3周岁——国家育儿补贴制度实施方案28日公布。这是一项全国性的重要民生政策,面向育儿家庭全国范围全面直接发放现金补贴,有助于缓解家庭养育压力。

哪些家庭可以申领育儿补贴? 补贴标准为何如此设定? 地方已有补贴政策怎样衔接? 记者采访多位专家,对热点问题做出解读。

一问:哪些家庭可领取育儿补贴?

根据方案,补贴对象为从2025年1月1日起,符合法律法规规定生育的3周岁以下婴幼儿。换言之,无论一孩、二孩、三孩,均可申领育儿补贴。

2025年1月1日前出生、不满3周岁的婴幼儿,也可享受政策,按应补贴月数折算计发补贴。

中国人口与发展研究中心主任贺丹表示,一孩、二孩、三孩均可领取补贴,且标准相同,实现了三孩生育政策下家庭支持的全面覆盖,体现了政策的普惠性和公平性。

首都经济贸易大学劳动经济学院教授姜全保认为,一孩生育是家庭生育决策的关键,将一孩也纳入补贴范畴,能一定程度帮助缓解年轻夫妇的生育顾虑。

二问:育儿补贴怎样申领?

方案明确,育儿补贴由婴幼儿的父母一方或其他监护人按规定向婴幼儿户籍所在地申领,主要通过育儿补贴信息管理系统线上申请,也可线下申请,各省份结合实际确定具体发放时间。

据了解,相关部门正在抓紧推进各项准备工作。

国家发展改革委社会发展研究所研究员张本波表示,通过直达家庭的普惠性现金补贴,可以直接增加育儿家庭的可支配收入,提高获得感。

三问:补贴标准如何设定?

根据方案,育儿补贴按年发放,现阶段国家基础标准为每孩每年3600元,中央财政按比例对东部、中部、西部地区予以补助。地方可根据财力适当提标,提标部分所需资金由地方财政自行承担。

中国财政科学研究院研究员朱坤分析,发达国家的育儿补贴标准各不相同,总体上看,每孩每年获得的补贴占该国人均GDP的比例通常在2.4%到7.2%之间。参考国际经验,我国育儿补贴标准占人均GDP的比例相对比较合理。

“坚持尽力而为、量力而行,育儿补贴政策方能行稳致远。”朱坤说。

四问:地方已有补贴政策如何衔接?

方案要求各省份做好衔接规范。国务院发展研究中心社会和文化发展研究部研究员余宇介绍,目前全国已有20多个省份在不同层级探索实施育儿补贴相关政策,亟待国家层面出台基础育儿补贴政策予以规范、指导和统筹。

姜全保说,在国家育儿补贴制度的基础上,地方政府可根据本地经济发展水平和人口发展特点,在财力允许范围内补充出台差异化补贴政策。通过中央与地方协同发力,形成多层次、立体化的生育支持政策。

五问:育儿补贴预计有什么效果?

中国人民大学人口与健康学院教授宋健介绍,从国际经验来看,较早进入低生育社会的发达国家大多采取了发放育儿补贴的方式进行生育支持。在微观层面,育儿补贴对不同家庭生育的促进作用存在差异,但从宏观层面来看,总体上有利于提升生育水平或防止生育水平进一步降低。

不过,生育意愿的提升是一个长期过程,需要综合实施多种支持政策。

北京大学国家发展研究院副教授黄炜表示,仅靠经济补贴难以完全解决育儿问题,还需进一步完善托育服务体系和住房、教育等领域的支持政策。

首都经济贸易大学人口与发展研究中心教授茅倬彦说,育儿补贴制度在缓解育龄家庭现实困境、稳定生育预期、改善人口结构方面具有不可替代的作用,但它不是“万能钥匙”,应与产假、托育、教育、住房等政策形成联动,避免“单点突破”效果有限。

六问:未来政策如何继续发力?

方案明确,各地区各有关部门要深入调研,广泛听取意见建议,评估育儿补贴制度实施情况,及时总结经验做法、完善政策措施。

余宇认为,立足当前、着眼长远,国家育儿补贴制度为今后整合各种补贴形式、逐步提高补贴水平、与生育保险覆盖范围扩大的协同推进,同时也为建立覆盖儿童成长全周期的综合性育儿补贴制度,预留充足的政策空间。

中国人民大学人口与健康学院教授杨凡认为,在未来的发展中,应不断优化育儿补贴政策,完善生育支持政策体系,使其在增进民生福祉、促进国家可持续发展方面发挥更大的作用。

全红婵全家来带货? AI骗术侵入网络消费

《半月谈》 吴文诒

打开手机,看看直播,咦,直播间里怎么这么多名人?他们怎么专挑一些我都没听说过的牌子代言?

现今有这样疑惑的消费者,可能不在少数。但你有想过,你看到的可能是不良商家炮制的AI虚假广告,直播间里的喧腾,可能只是一场虚假营销的闹剧?



全红婵全家来带货?

“大家好,我是婵宝,叔叔阿姨可以下单试试”“我是全红婵妈妈”“我是全红婵哥哥全进华,为大家准备了2000单的蜂蜜,16块9发两斤”……近期,社交平台上出现多个“婵宝小助理”“全妹福利号”一类账号,利用全红婵及其家人形象的合成AI视频,博取流量,为多种商品带货。账号发布视频的留言区中,已不乏顾客控诉被骗下单的留言。对此,全红婵的家人明确表示,“均系伪造视频,希望帮忙辟谣,并没有卖这些东西”。

近期,从知名演艺圈人士,到有声望的企业家,再到两院院士,不少公众人物都遭到不法商家的“AI花招”暗算,其形象出现在虚假宣传广告中。

“从2018年9月至2025年2月底,我们共受理涉网络消费虚假宣传案件6734件,整体呈现上升态势。”北京互联网法院副院长仪军介绍,案件涉及商品品类广泛,从生活常用的服装、食品、电子产品,到尤受消费者关注的美妆、母婴用品,再到珠宝文玩等奢侈品。电商平台、直播间购物、二手交易平台、社区团购等,都有虚假宣传冒头。

记者调查发现,不法商家利用公众人物为自家“贴金”“套路很深”。“张冠李戴”:直接让公众人物代言他们并未代言的知名品牌;“无中生有”:让公众人物宣传预约购物可享受低价但实际并无折扣,宣传出售高价商品实际只提供低价商品;“故弄玄虚”:声称有了公众人物“加持”,商品宣传片“播放量10亿+”。

广东格祥律师事务所律师何倩表示,公众人物的声音形象都具有商业价值,擅自以AI伪造,涉嫌违反反不正当竞争法规定,即擅自使用他人有影响的企业名称、社会组织名称、姓名等,以使人混淆、产业误解的行为,构成不正当竞争。如果金额巨大,还可能涉及刑事犯罪。

谁给AI造假开绿灯

受访业内人士和法律人士认为,当前AI技术大行其道,降低了虚假视频制作成本,部分平台对经营者资质审核不严,未严格落实网络实名制信息备案要求,导致消费者上当受骗且维权不易,严重扰乱数字市场有序发展。

AI技术低成本造假,不法企业“换壳”欺诈营销。办案人员指出,在一些利用AI新技术实施的虚假宣传中,往往存在同一产品链接跳转至不同网店的情况,经营主体多为

注册时间短、资质存疑的企业。使用AI技术造假成本低,让批量炮制、快速传播、随时换壳的欺诈营销容易得逞,加之名人IP、网红宣传自带流量,相关内容可以快速吸引用户点击,往往会被优先推荐,导致“造假—流量—变现—更多造假”的恶性循环难以破除。

部分平台审核不严,为虚假商家宣传“背书”。仪军表示,当前,部分社交平台对经营者资质审核不严,未严格落实网络实名制信息备案要求,纠纷发生后不能准确提供或怠于提供平台内经营者的身份信息和有效联系方式,致使消费者维权困难。同时,一些平台应对虚假宣传治理不积极,未采取及时下架“问题商品”、扣除商家保证金等措施。一些二手交易平台提供的商品鉴定服务标准不透明,甚至为商家虚假宣传背书,容易引发群体性诉讼。

消费者缺乏辨别能力、维权难。“一些知名人士的带货广告,往往遭遇不法商家借助AI技术加以篡改。他们保留原视频画面,将字幕改头换面,再次植入品牌,瞒天过海,公众根本看不出真假。”西南政法大学国际法学院讲师刘泽说,一些消费者还容易受“最低价”“限时优惠”等夸大宣传诱导而冲动消费,尤其是未成年人和老年人群体更易上当,被骗也选择吃“哑巴亏”,不了了之。

法律手段怎么用

受访专家表示,滥用AI技术的虚假宣传现象应从严打击,进一步加重赔偿性惩罚处置,同时平台应加强监管,严格执行网信部门规定,维护数字消费健康环境。

中国消费者协会副秘书长潘海峰认为,应规范广告从业行为,广告制作者、广告发布者应严格审核广告内容,不得制作和发布虚假广告。直播带货、短视频推广等新业态中,主播及广告从业者等应如实介绍商品,不得隐瞒产品缺陷或夸大使用效果。鼓励平台经营者开展自查自纠,对宣传文案、广告内容、用户评价等环节进行定期和动态核查,及时下架问题商品或整改不当行为。

仪军呼吁,建立健全平台内经营者信息审核制度,建立健全商品信息巡检措施。消费者要主动留存与消费有关的交易记录、沟通记录、支付凭证、开箱视频等证据,在涉及直播间下单的情形时,就相关沟通内容必要时可以采用拍摄、第三方取证工具、公证等方式及时固定证据。

刘泽建议,畅通平台快速举报处理机制,单独新增设置举报选项。各地法院对于经营者利用AI技术构成欺诈的案件,应当依法作出适用惩罚性赔偿判决。