

相互补台，  
才能好戏连台

李洪兴

令人热血沸腾的，不一定是大场面，或许是小瞬间。

前不久，一段小朋友篮球表演的视频刷屏。一个小朋友的篮球意外滚落，为不影响队形，他没有跑去捡球，而是继续“无实物表演”，其间，队友默契配合。此后，前排小朋友找准时机，将球踢回。临场应变、完美救场，大家顺利完成表演，赢得热烈掌声。

有人评价，失误是临场的考验，默契是同心的答案。小朋友们以团队协作的精神，诠释出“不完美的完美”，引发场内场外、线上线下的共鸣。

从中，人们能看到，集体项目需要激发团结的力量、坚持的信心、互助的精神。由此进一步感悟，只有增强补位意识，强化协同担当，才能更好化危为机，推动高质量发展。

贵州安顺的绿色算力，通过直连网络链路通达粤港澳大湾区，支撑广州企业的三维动画渲染服务，处理时间从数天缩短至喝杯咖啡的工夫；成渝地区双城经济圈，智能网联汽车实现重庆研发、成都测试、宜宾提供电池动力……跨越空间上分隔，实现产业链上咬合，放大协同发展的乘数效应。实践反复证明一个道理：发展在合奏中激越妙音，进步在互补中完成跃升。

链上的补位是合作，机制上的补位需破壁。这是一种治理能力，也折射创新意识。广东深圳，境外职业资格便利执业认可清单已更新至“4.0版”。港澳医师可在深圳“多点执业”，香港籍船员换证后可入职深圳籍船舶，澳门建筑设计师可通过备案认可机制直接在横琴执业……机制焕新、管理放活，越便利、越开放，越能有效吸引境外优质专业人才，越有利于为区域创新发展注入活力。规则破壁带动人才破圈，制度补位催生动能集聚，这何尝不是一种带有开放色彩的补位发展。

补位发展还有一种高阶形态，那就是技术赋能、边界消融。看实践，智慧农业加快发展，依托网络、传感器等，工作人员远程管控，实现“坐在办公室里种田”；数字教育正在普及，甘肃乡村的学生，围坐在多媒体教学一体机前，跟着屏幕远端的老师学英语，“远程家教”有效弥补教学短板；工业互联网助企升级，实现个性定制、远程抽检、动态管控，既提升质量又降低成本……

技术应用、平台合作，不再是“谁依附谁”的旧叙事，而是互相成就的新范式。“你的需求”，恰是“我的课题”。当发展所需、技术所长，不断突破各自边界、不断跨界融入更多领域，看似补位的发展，实则孕育出更多新的增长点、激发出更多市场机会。

进一步看，无论如何补位、如何协作，背后都有一个关键词——发展共同体。互相成就的背后，也都有一个强大依托——全国统一大市场。

其实，补位发展不是拼图式的补空缺，而是规则、要素、监管、信用等的“精密焊接”。比如，《市场准入负面清单（2025年版）》强化“全国一张清单”的权威性，做到“一单尽列，单外无单”；又如，依托全国中小微企业资金流信用信息共享平台，企业有了“信用画像”，融资提质又增效。以全国统一大市场的视角观之，补位发展是共同体意识催生的共同选择、集体行动，也需要各类主体以补位自觉破“各扫门前雪”的思维局限、以补位智慧织好“山河同脉”的发展经纬。

推动发展，“不能这边搭台、那边拆台，而应该相互补台、好戏连台”。向前发展如大江奔流，左岸蓄势，右岸托举，中流激荡，缺一不可。精准定位、实干到位、精巧补位，“十五五”时期的高质量发展也一定会再立高位。

## 女性魅力不应被窄化为“性吸引力”

本报评论员 姚佳好

当“眼神给出去”“身体形成X形”等话语在社交平台病毒式传播，自称“中国性商教母”的周媛与其“魅力女性修炼班”迅速卷入舆论漩涡。据相关媒体报道，网红周媛通过互联网平台发布视频，教授女性一系列取悦异性的具体技巧，如“眼神拉丝术”和“X形身体语言”，并将其包装为提升“性商”、掌控关系的“赋能”哲学，售卖相关课程。视频吸引了大量关注，也引发了广泛争议。目前，其主账号因内容违规已被平台封禁，其余相关账号也已转为私密状态。

一场以“提升”为名的培训，最终以违规封禁收场，其价值导向已不言自明。然而，账号的封禁并未让讨论终结，一个严肃的议题置于公众眼前：在流量经济的助推下，关于“女性魅力”被窄化为“性吸引力”的扭曲定义，如何侵蚀着女性更为本质的“内在价值”？

剥开“自我提升”与“情商修炼”的包装，周媛的“性商”课程将女性魅力这一涵盖智慧、品格、独立性与创造力的多元概念，狭隘地定义为一种可供训

练、用于取悦异性的“性吸引力”。课程所传授的眼神、动作、话术，并不是基于自尊自信的人格成长，而是如何通过精细化表演，将自己塑造为某种被凝视的“客体”。这正如《中国妇女报》所说的，是“以‘自我提升’为名，行自我矮化之实”。这种逻辑与此前的“女德班”一脉相承，只不过用“性商”这类新潮词汇进行了粉饰，本质仍是诱导女性通过自我物化来换取虚幻的“关系主动权”。

这种女性魅力的窄化，对个体，尤其是价值观尚未定型的年轻女性而言，指向了一条追求表面而忽视内在的歧途。据相关报道，周媛的系列课程累计学员或达数万人，其团队宣称累计服务学员“已达十几万”。这个数据令人惊讶，当女性相信在亲密关系中的成败，取决于是否掌握这套“性商”技巧时，就有可能轻视在知识、专业技能、批判性思维等核心能力上的投资，转向走所谓的“捷径”。

对于社会而言，这种论调是对性别平等教育成果的反向而行。它被流量放大，将一种狭隘、物化的女性形象重新粉饰并大规模推送，消解着“女性魅

力应多元发展”的社会共识，是一种显见的价值观倒退。许多网友也对此表达了忧虑——“这是在批量生产‘商品’，把独立的人训化为附庸”“我们倡导了多年的性别平等，却被这类课程一夜之间拉回原点”……

事实上，此类课程套路并不新鲜：先利用授课，制造情感焦虑，再以低价引流，导向高价训练营乃至延伸产品，最终完成商业收割，使购买者在消费循环中陷入更深的迷茫。从以往曝光的“名媛班”陷阱中可见，此类套路往往承诺通过形象与话术训练实现“阶层跨越”，但实际结果常是人财两空，甚至遭遇情感欺诈。

“性商教母”这场闹剧再次警示人们，要厘清魅力与价值的界限。魅力可以是个人风采的流露，但其底色必须是自主、自洽的完整人格。对于每一位女性而言，真正的魅力，应当源于内在的独立、持续的学习与思想的成长。唯有当个人、平台、社会共同捍卫一种尊重内在价值的多元评价体系时，才能让“眼神给出去”沉淀为“自我立起来”，从根本上抵御任何形式的价值陷阱。

## 对婴幼儿“药浴”乱象必须零容忍

本报评论员 夏婉言

近日，“女婴泡药浴后离世”一事登上热搜，引发社会广泛关注。据报道，一名仅4个月大的女婴在一家母婴店接受所谓的“中药药浴”服务后不幸身亡，尸检报告证实，这与长时间高温药浴直接相关。

此次悲剧暴露了非正规药浴服务的致命风险。婴儿皮肤薄、肝肾功能弱，对药物的代谢能力差，正如南方医科大学珠江医院中医科主任医师王明所指出，所谓的药浴极易引发婴幼儿中毒或过敏，造成不可逆的器官损伤。安全操作本要求水温37-38℃、浸泡不超10分钟，但涉事人员“凭经验”将水温提到40℃以上并浸泡近50分钟，直接导致婴儿脱水休克。更令人痛心的是，当婴儿从哭闹转为异常安静，这是意识障碍的危急信号，竟被涉事人员误判为“入睡”，错过了最关键的抢救时机。

国家中医药管理局发布的《中药药浴技术操作规范》明确将“中药药浴技

术”归类为一项医疗技术，新疆等一些地方的相关部门也专门印发过《药浴技术操作规范》等文件，强调其属于“临床诊疗行为”。这些规定都已给出清晰界定，非医疗机构不得进行有关操作。一些医疗专家也指出，婴幼儿群体比较特殊，儿科诊疗需要医生在具备通用行医资格的基础上，还要有儿科、中医科的专业培训资质才能开展。一家母婴店，如果不具备《医疗机构执业许可证》及合格的执业人员，其行为就已涉嫌非法行医。

杜绝此类悲剧重演，监管要“长牙齿”。卫健、市监等部门应发布明确的负面清单：凡使用“药浴”名称，或宣称、暗示能缓解或治疗特定疾病（如湿疹、咳嗽）的服务，无论场所名称如何，一律界定为医疗行为。提供机构必须现场公示《医疗机构执业许可证》，操作人员必须具备相应卫生技术资质。如此，才能彻底剥离非法行医的伪装，让执法有的放矢。

行业要“立规矩”。相关行业协

会应主动牵头，制定并公开操作标准与自律公约，明确禁止使用“治疗”“缓解”等医疗术语进行宣传，并严格规定服务对象年龄下限、操作环境、记录要求及必须立即终止服务并送医的异常情况清单。同时，大力培训从业人员基础医学和急救知识，推动行业服务与资质的透明化。

科普要“入人心”。应向家长提供可立即操作的鉴别方法，如教会家长两个必问：“做这个‘药浴’，你们有《医疗机构执业许可证》吗？”“操作的人员是医生或护士吗？请出示资质。”若对方无法出示或含糊其辞，即可判定为非法行医风险点，必须坚决拒绝。同时，还要反复强调一个铁律：任何用于婴幼儿的、“药”字当头的服务，其执行规范、安全标准都与成人不同，绝不能轻信商家所谓的“通用”说法。

保护婴幼儿健康，容不得丝毫含糊。唯有监管、行业、公众共同发力，才能铲除“关爱”面具下的风险，让孩子安全成长。

## 国内居民出游热

文化和旅游部近日发布2025年国内居民出游数据情况。根据国内居民出游抽样调查统计结果，2025年，国内居民出游人次65.22亿，比上年同期增加9.07亿，同比增长16.2%。国内居民出游花费6.30万亿元，比上年同期增加0.55万亿元，同比增长9.5%。

新华社 朱慧卿 作

