

**观点
扫描**

这次施救在法律上受保护、在伦理上可接受，所以在专业上没有必要吹毛求疵。建议进一步完善急救体系容错机制，让质疑的杂音更少一些，方能鼓励更多人在紧急情况下伸出援手，最终进一步构建“敢救、会救”的社会环境。

医学生飞机上救人 不该对他苛责

近日，武汉大学泰康医学院(基础医学院)2024级临床医学本科生孙毅杰在一航班上帮忙救助了一名呼吸困难、头晕的乘客，引发关注。一些网友称赞其临危不乱、思路清晰，也有网友质疑其没有执业资格，操作风险极高。

当时孙毅杰乘坐某航班回家，途中听到机上紧急寻医广播，便毫不犹豫地直接过去，通过了解患者病史、进行基本体格检查、让其吸氧和平卧，患者情况逐渐好转。

应该说，该医学生在飞机上的这番操作基本上符合医学救人规范：他第一时间表明身份并介入救助，通过脉搏检查、神志观察、血压血氧监测等操作，结合患者既往病史，迅速判断其处于体位性低血压引发的代偿期，并依此提出建议。这些操作完全遵循急救原则，即使放在医院也无可挑剔。此外，他全程未使用药物、未进行有创操作，严格规避了无证行医的法律风险。

“无证行医”的质疑完全忽视了救人时所处的特殊环境。要知道，飞机上一旦有乘客出现危急症状，只能在现有乘客中寻找医护人员。如果飞机上没有医护人员，只能退而求其次，让懂医学常识的乘客施救，不容挑选更不能等待。

如果只要求有资质的人施救，按照这种质疑逻辑，现场没有有资质的医生，患者似乎只能等死，或者因此错过黄金救助时间。从这个角度来说，以“没有执业资格”质疑医学生救人，简直是混账的逻辑，无异于在火灾现场要求消防员先出示资格证再灭火。

从现行的法律来看，也并未要求紧急救助人必须是专业医师。《中华人民共和国民法典》还明确为救人者“撑腰”，即“因自愿实施紧急救助行为造成受助人损害的，救助人不承担民事责任”。可见，该医学生施救不存在法律上的风险。

因此，对施救者的要求过于苛刻很不恰当。在生命危急时刻，区分“医生”与“非医生”的标签已无意义，谁能实施及时有效的救助才是关键。急救分秒必争，任何有效的干预都可能改变结局，过度纠结细节只会导致悲剧。

这次施救在法律上受保护、在伦理上可接受，所以在专业上没有必要吹毛求疵。建议进一步完善急救体系容错机制，让质疑的杂音更少一些，方能鼓励更多人在紧急情况下伸出援手，最终进一步构建“敢救、会救”的社会环境。

项向荣 来源：钱江晚报



每孩每年3600元，真金白银为育儿家庭减负

育儿补贴来了！

据报道，7月28日，国家育儿补贴制度实施方案公布。方案明确，从2025年1月1日起，无论一孩、二孩、三孩，每年均可领取3600元补贴，直至年满3周岁；对2025年1月1日之前出生、不满3周岁的婴幼儿，按应补贴月数折算计发补贴。

近年来，全国已有20多个省份以不同形式探索育儿补贴。如今国家育儿补贴标准出台，既吸收了地方实践中的共性经验，又化解了区域政策碎片化难题，标志着首次在国家层面建立普惠性育儿补贴机制，也意味着我国生育支持体系迈向愈发完善的新阶段。

育儿补贴政策的核心价值，在于直面家庭育儿成本高企的现实。据人口学家带领团队发布的《中国生育成本报告2024版》估算，全国0至2岁婴儿的平均养育成本为24538元/年。对不少普通家庭而言，奶粉、早教、医疗等刚性支出都是看得见的负担。

以“每孩每年3600元”的基础标准，直接为家庭注入现金流，这昭示着育儿支持已被纳入国家基本公共服务之列，也有助于缓解许多育儿家庭的经济压力。对工薪阶层和中低收入家庭来说，其减负效果会来得尤为真切。

除了现金补贴带来的减负价值，育儿补贴政策传递出的“国家支持”信号也能重塑公众对生育成本的预期——在明确国家在人口再生产中的责任担当之余，也让许多父母意识到，养育孩子不再是家庭独自承担成本的“内部事务”，而是有国家共同参与的“社会工程”，这也能降低育龄人群生育决策的心理门槛。

值得注意的是，此次国家育儿补贴覆盖范围突破“二孩、三孩”局限，将一孩家庭也纳入了支持体系。这样的政策设计，打破了以往政策对多孩家庭的倾斜，体现了生育支持的公平性与全面性。

本质上，对婴幼儿的投入就是对国家未来的投资。3600元的补贴金额或许并非“巨款”，但其承载的是国家对人口发展战略的考量，传递的是社会对家庭价值的认可。

根据方案，育儿补贴资金由中央和地方共同承担。中央财政按比例对东部、中部、西部地区予以补助。这就需要地方财政优先安排，确保补贴足额、准时直达育儿家庭，把政策真正落到实处。

当政策保障与家庭需求精准对接，这将进一步夯实“生育友好型社会”底色，推动更健康的人口结构形成，也在家庭发展和孩子成长层面激起正面回响。

来源：新京报



在引导毕业生合理制定消费计划，培养理性、健康、可持续消费观的前提下，应主动适应、积极推动这种新趋势，不断打造供需匹配、场景丰富、体验升级的毕业季消费新生态。

释放毕业季消费潜能

随着毕业季到来，青年消费市场呈现出鲜明的向“新”而行特点。三脚架/云台、运动相机、数码相机、无人机等数码类产品，户外器材、户外长椅、户外桌、户外储物柜等户外类产品销量均大幅增长，DIY文创、拍照衣服搜索量也大幅增长。这些新特征折射出青年群体新需求，与新型消费快速发展大趋势高度吻合。

毕业季消费向“新”而行是多重因素共同作用的结果。从政策供给看，有关部门对手机、平板、智能手表(手环)三类数码产品实施购新补贴，切实减轻了青年人消费成本。从消费心理看，青年群体青睐数码产品、组队出游、私人定制等兼具实用价值与情感意义的产品和服务。从技术赋能看，高效的电商购物渠道、精准的AI个性化推荐等，为毕业季消费提供了更加广阔的选择空间。

在引导毕业生合理制定消费计划，培养理性、健康、可持续消费观的前提下，应主动适应、积极推动这种新趋势，不断打造供需匹配、场景丰富、体验升级的毕业季消费新生态。

增加优质供给。针对青年人愿意为情绪买单、为兴趣付费的特点，开发更多“情绪价值拉满”的产品和服务，让青年人在消费中获得更多情感共鸣和心理满足。科学分析青年人旅行偏好，鼓励景区推出凭准考证、毕业证享受优惠的政策。鼓励市场及时了解青年群体消费动向，增强用户黏性，将毕业季的消费热度转化为长期的品牌影响力。

加强业态创新。鼓励打造主题酒店、特色咖啡馆、文创书店、创意市集、“谷子”店等新型消费场所，为毕业季消费提供更多新去处。针对青年人消费意愿与社交行为深度绑定的特点，推动线上社群互动与线下体验场景更好结合，让青年人在消费中获得更多参与感和归属感。

改善消费环境。健全跨部门协同监管机制，让毕业季消费更透明，更有品质保障。加大数据安全保护力度，有效治理信息泄露、算法歧视、大数据“杀熟”等乱象，让青年人在安全有序的数字消费环境中畅享个性化推荐、虚实融合等创新体验。

郭鹏 来源：经济日报