

科普经费创新高彰显创新发展决心

申峥 全学慧

元旦前夕，科技部发布2023年度全国科普统计数据。数据显示，2023年全国科普工作经费投入首次突破200亿元，创历史新高。其中，以公共财政支持为主的科普经费投入格局更加稳健持续，各级政府部门拨款占全国经费筹集额的77.7%；用于科普活动、科普场馆基建以及科普展品、设施的支出占比超过65%。我国科普资源总量不断提升、科普工作取得显著成效。

当前，在我国经济运行仍面临不少困难和挑战的背景下，国家持续加大科普工作经费投入，充分反映党中央和国务院对科普工作的高度重视以及对实施创新驱动发展战略的深刻认识。习近平总书记强调，科技创新、科学普及是实现创新发展的两翼，要把科学普及放在与科技创新同等重要的位置。党的十八大以来，党中央、国务院不断强化顶层设计，以推动科普事业高质量发展。《全民科学素质行动规划纲要（2021—2035年）》《“十四五”国家科学技术普及发展规划》等政策文件相继出台，新修订的《中华人民共和国科学技术普

及法》更是全面总结我国科普事业改革发展成果，将成熟的实践经验上升为法律规定，为科普工作提供坚实的法律支撑。这些政策和法规明确要求各级党委和政府要保障对科普工作的投入，将科普经费列入同级财政预算，逐步提高科普投入水平，保障科普工作顺利开展。

实践证明，科普工作在推进教育、科技、人才事业一体化发展中发挥着重要作用，不仅有助于提升公民科学素质，培养科技创新人才，还有助于加强科普人才队伍建设，推动科普与教育的融合，为科技创新提供坚实的基础和广泛的社会支持。党和国家持续加大科普工作经费投入，背后其实是充满智慧的历史眼光和高瞻远瞩的战略考量。

数据表明，在整个科普经费使用额中，科普活动的支出占比最大。得益于此，全国各地组织的科普活动近些年呈现出蓬勃发展的态势，参加丰富多彩的科普活动正成为全社会的新风尚。主题科普活动、科普讲座、科普游、云探馆、开放日等活动不断走进人们日常生活，各类科普剧、实验秀、科技跨年夜、

科幻电影展等让大众各取所需，科技节、科学竞赛、科普研学等不断激发青少年的科学兴趣和创新能力。在全民科普热潮中，遍及全国的“流动科普”每每让人眼前一亮，正成为科普深入基层的重要形式。数据显示，截至2024年11月，流动科技馆已累计巡展6953站，科普大篷车累计开展活动44.5万场。这些活动的开展，进一步让优质科普资源下沉到山乡田野，让科学的火种一次次在万水千山之间点燃。特别是在2024年全国科普日期间，全国近9000家各级各类科普教育基地积极响应，将全民科普活动推向高潮。过去21年间，这个原本专属于科学爱好者的小众节日，正逐步成为全民参与的科普嘉年华。

除科普活动外，科普场馆基建以及科普展品、设施也是科普经费支出的重要方面。数据显示，2023年科普经费在科普场馆基建方面的支出为31.37亿元，全国科技馆和科技类博物馆共计1779个，比2022年增加96个；展厅面积660.03万平方米，比2022年增加了

6.04%。科普场馆基础建设的不断加强，为科普工作提供了坚实阵地。科学实验装置、创意教具、VR体验装置、全息投影、双屏球幕影院……在不少科普场馆，多样化、沉浸式的科普设施和展品日益增多，科学知识和实践变得越来越触手可及。2024年5月30日，全世界首个以国家名义为科学家群体建立的博物馆——中国科学家博物馆正式开馆，让华罗庚、周培源、王淦昌、钱三强等500余位科学家的故事走进大众心里，宣传弘扬科学家精神，激起人们科技报国的使命感，以精神的力量涵养全社会的创新生态。

科普事业是一项必须持之以恒、久久为功的事业。科普工作的成效，对一个国家未来的科技创新实力影响深远。保持科普经费持续增长，正是推动科普工作深入开展、展现科普工作长远价值的坚实支撑。相信未来，在实施创新驱动发展战略的征程上，科普工作将呈现出更加丰富多彩的景象，科普工作的价值也将更加清晰可见。

来源：光明日报

过期食品明着卖属于知法犯法

李英锋

“郑重声明，请仔细阅读后购买，本品为×品牌火腿肠，因到期只能用于宠物饲养，品相好不变质，售出后不调不换。”据《法治日报》报道，在临期食品凭借“量大管饱还便宜”的特点刮起一阵流行风后，一些过期食品也在电商平台和二手交易平台堂而皇之地售卖起来。一些商家明知自己售卖的是过期食品，却试图在详情页通过文字声明免责或者模糊概念诱人下单。

临期食品营销风又吹向了过期食品，一些商家在电商平台或二手交易平台公然叫卖过期食品，俨然把过期食品开辟成了一条市场“新赛道”。商家的免责小算盘打得啪啪响，以为把丑话说到了前头、说到了明处，以为通过“郑重声明”“免责声明”等方式告知了消费者食品过期的情况，让消费者自主选择，与消费者达成了某种交易默契，或者在食品的标签信息、质量、用途等方面打模糊牌，就可以给营销行为洗白，就可以逃避法律责任。显然，商家打错了算盘。

过期食品及其再加工食品是法律禁止销售的商品，在“黑名单”之中。《食品安全法》规定：禁止生产经营“标注虚假生产日期、保质期或者超过保质期的食品、食品添加剂”“用超过保质期的食品原料、食品添加剂生产的食品、食品添加剂”。无论商家偷偷摸摸销售过期食品，还是“明卖”过期食品，无论商家销售过期食品给人食用，还是给宠物食用，无论商家直接销售过期食品，还是以过期食品为原料再加工新的食品出售，均严重践踏了法律底线，威胁、伤害了消费者或其宠物的健康安全权益。对此，商家应视情节承担民事赔偿责任、行政处罚责任甚至刑事责任。

销售临期食品在法律和市场允许的范畴内，只要商家全面、真实、准确标注和宣传，明码标价，保证商品质量，保障消费者的知情权和选择权，就属于正常的市场营销行为。而销售过期食品则是违法侵权行为，商家即便发布了“过期声明”，满足了消费者的知情权，且通过降价给予消费者优惠，诱导消费者自主选择权，也无法改变销售过期食品的违法侵权性质，无法减轻或免除商家的法律责任。

“明卖”“混卖”过期食品刮起的是一股扰乱

过期食品



市场秩序、坑害消费者权益的歪风，对这股歪风，必须依法狠刹。过期食品的销售主阵地是相关平台，暴露出平台管理的漏洞。《电子商务法》明确：电子商务经营者销售的商品应当符合保障人身、财产安全的要求，不得销售法律、行政法规禁止交易的商品。电商平台、二手交易平台等应承担主体责任，通过智能+人工措施不断升级监测能力，加强对入驻商家的监督，如发现商家有销售过期食品等问题，及时采取断开链接、下架商品、封限账号等措施，并报告市场监管部门。

市场监管、公安等部门应针对销售过期食品乱象开展联合治理，强化线上线下巡查，畅通投诉举报渠道，多方收集问题线索，对查实的销售过期食品问题，顺藤摸瓜，全链查处，联合惩戒，让链条上的商家付出必要的法律代价、失信代价，并通过曝光典型案例教育引导商家增强自律意识，守住法律底线，规范生产经营活动，起到查出一案、教育一片的作用。监管部门还应联合相关食品行业协会进一步健全对过期食品的管控监督机制，确保过期食品进入无害处理渠道，去向透明，有登记，可追溯，与前端销售环节相衔接，形成销售链闭环。

过期食品是违法食品，也是有害食品或高风险食品。对此，消费者须有清醒的认知，摒弃侥幸心理和贪便宜心理，自觉抵制。（李英锋）

来源：北京青年报

2025年第一天，武汉，阳光灿烂。南来的候鸟漫步在暖意融融的府河，东湖之滨绽放了新年第一树梅花，跑友们迎着阳光用脚步丈量城市，冬日暖阳为岁月披上金装，无数人许下美好愿望：你好，2025。

这一天，高温14℃。而据天气预报，一周以后，日平均气温将降至0℃。当然不会有人为此惊讶和慌乱，因为人们都明白，这就是气候的常态。更不会有人怀疑，春天将在不久后如期而至。

这正是大自然对“信心”的诗意书写。信心在任何时候都很珍贵。过去一年，有人迎风奔跑，有人负重前行，或许淋过雨、跌过跤、流过泪，只要内心火热，站起来向前行，又是一个新的开始。

信心，来自对未来的笃定。风雨之后是彩虹，成长总是在风雨洗礼中更加茁壮。我们踏上一段伟大的征程，不仅有风和日丽，也会有疾风骤雨，之所以坚定笃行，因为在把握规律中更加主动从容。

信心，来自我们走过的路。2024年，《黑神话：悟空》风靡世界，塔克拉玛干沙漠“锁边”成功，湖北姑娘郑钦文在奥运会上创造纪录。如果说这些事有什么共同点，那就是洋溢着中国人的乐观、无畏和勇往直前，踏平坎坷成大道，斗罢艰险又出发。

2025年，是“十四五”规划收官之年。今天的武汉，怀揣着重塑新时代武汉之“重”的雄心壮志，行进在转型“闯关”的关键阶段。笃定

了目标就坚定前行，看准了事情就抓紧干，能多干就多干一些。从新能源车的火热下线到光芯屏端网的不断壮大，从共享无人机、无人驾驶航空器、低空商用飞机逐梦蓝天到“AI+”赋能千行百业，从先进材料点石成金到黑科技驰骋田野，锚定转型发展不动摇，新质生产力必将蓬勃涌动在重镇武汉，高质量发展必定气象万千。

2025年，我们将迎来遵义会议召开90周年、中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年、中国人民志愿军抗美援朝出国作战75周年等一系列重大节点。重大历史、伟大斗争凝结成中国精神、民族精神，有更为主动的精神力量，我们就没有干不成的事、克服不了的困难。在奋斗中坚持不懈，在新征程上奋勇向前，灿烂愿景才能拓印为美好生活。看国家、看城市，精神勃发，欣欣向荣，一定精彩无限，未来可期。

信心来自我们能够把握的当下，来自每个人不服输的奔跑与奋斗。正因如此，每一份付出都弥足珍贵，每一束光芒都熠熠生辉。2025年，让我们一起努力。

来源：长江日报

每一束光芒都熠熠生辉