四川持续探索品格教育，形成从幼儿园到中学的完整示范网络——

大道理如何变成好习惯

本报记者 王明峰

R解码·思政课怎么上

“挑一压一，我成功了！”四川成都崇州市学府小学一间教室里，学生小文编好一个结实的竹编果盘。

在这所百年学校，竹编是品格教育的重要载体。“这不仅仅是一节手工课。”班主任王茜老师说，孩子们在编制竹器的过程中，学习的是“专注”——全神贯注地做好一件事；练习的是“有序”——编织的过程井井有条；体会的是“爱国”——道明竹编作为国家级非遗，是宝贵的文化遗产……

一堂竹编课，正是四川以品格教育赋能“大思政课”的生动缩影。

把抽象的价值观转化为听得懂、做得到的具体行为

成都市龙泉驿区师上学校一年级一班的教室里，校长助理归云拿起一本小小的品格存折。翻开一页，稚嫩的笔迹写着：“3月13日，我主动拖教室的地；3月28日，主动帮爷爷奶奶捶背。”页脚还有老师的评语：“点赞！是同学们的好榜样！”

“我们总会问孩子：今天，你做到了什么？”归云说，学校每学期设定专属品格培育主题，并通过品格存折记录学生真实行为。

这正是品格教育的起点，把抽象的价值观转化为孩子听得懂、做得到的具体行为。

为什么要从具体行为入手？

四川省教育科学研究院在调研中发现，很多德育工作者在开展思政教育时面临相同的困境：有的学生能熟背社会主义核心价值观，却不会主动弯腰捡起走廊垃圾；能流利讲述革命先烈的英雄事迹，却不愿主动分担家庭责任……大道理难以体现在青少年的日常行为中。

品格教育，正是着眼于破解这一困境。

四川省教育科学研究院相关负责人介绍，品格教育把社会主义核心价值观细化为24个可认知、可训练、可评价的具体品格，包括专注、有序、友善、感恩、爱国、责任、坚韧、诚实……按照小学低段、小学高段、初中、高中4个学段分层递进，帮助学生将价值理念转化为具体的行为习惯。

头条看点

德育工作如何能够更到位、更有效？如何把思政教育“小课堂”和社会“大课堂”有效融合起来？四川用持续10余年的探索给出答案。

从2014年启动品格教育课题研究至今，品格教育已覆盖四川21个市州、3700余所学校，形成从幼儿园到中学的完整示范网络。校园内，品格教育覆盖学生成长的各个阶段，大道理落地为青少年日用而不觉的好习惯；校园外，思政课成为人人参与、处处发生、时时生长的育人实践，品格教育的成果辐射多地。

2014年，四川省级重点课题“中小学品格教育的理论与实践研究”立项，2021年，品格教育延伸到学前教育。从最初的成都试点，到如今覆盖全省21个市州、3700余所学校、遴选超500所示范校，完整贯通幼、小、初、高学段，教育成果辐射至上海、广东、重庆等地，这场探索走过了10余年。

“大思政课”的“大”，有了坚实落点

下课铃响，成都锦晖天府小学的校长周强被孩子们团团围住。他笑着问身边一个小男孩：“你在家做不做家务呀？”

小朋友骄傲地点头：“我在家洗碗、扫地、擦玻璃，而且每天都在坚持！”

学校本学期的品格教育主题是“勤劳”，本周的品格目标就是“分担家务，负责一项家务劳动，并长期坚持”。这个目标被张贴在教室最显眼的位置，也落实在孩子们每天的行动中。

校园里，品格教育的元素随处可见。一楼大厅文化墙上张贴着品格榜样；开放式图书馆里，摆放着印有学生手绘品格小精灵的抱枕；教室走廊上，陈列着以“勤劳”“爱国”等品格为主题的手工作品……副校长陈燕解释：“每个班级教室的内外墙都会布置品格元素，包括张贴品格小明星、品格周目标，让孩子们在环境中时刻感受到品格的力量。”

记者到访这天，成都锦晖天府小学正在进行学科渗透品格教育赛课，语文课通过经典文本解析“诚信”，美术课以绘画表达“创意”，体育课通过团队竞赛强化“合作”。

周强认为，德育已不再只是思政课上的“独角戏”，而是全学科渗透、全员参与的“大合唱”。

在四川自贡市，品格教育跨越了校园围墙。依托“江姐故里”“玉章故居”等红色资源，自贡市开发思政研学路线，截至2025年，超30万学生参与其中。当品格教育走出教室、走进社会，思政课便不再是一本教材、一间教室的事，而是一门“社会大课”。

上好这门“大课”，光靠学校还不够。泸州市泸县城东小学校将品格教育延伸至家庭。亲子研学活动中，家长与孩子携手走进川江家风馆、宋代石刻博物馆，沉浸式品读优良家风、感悟传统美德。活动结束后，一名家长深有感触：“让孩子在身边人的故事中学会孝亲敬长、诚实守信，比任何说教都管用。”

从校园到社会，从课堂到家庭，品格教育覆盖学生成长的各个阶段，思政课成为人人参与、处处发生、时时生长的育人实践，“大思政课”的“大”，有了坚实落点。

让品格从外部要求变成自我认知的一部分

品格教育还有一个绕不开的难题：如何评价效果？

传统的德育评价，往往是期末一段评语：“该生思想品德良好。”学生真实的品格成长过程看不见、摸不着，评价难以发挥导向与激励作用。

为破解评价乏力的困境，不少学校选择积分、加分模式，依靠外部奖惩调动学生积极性，短期能起到一定激励效果，但从长远看不利于学生形成发自内心的道德自觉。

意识到这一难题，成都圣菲学校跳出量化奖惩的固有思路，创新推出了“品格赞美”这一全新评价方式。

该校教师周建军在解释这一评价方式时，向记者展示了一张照片。一个男孩站在黑板前，黑板一角写着“军文班”三个字。“军文”正是这个男孩的名字。

“这个班之所以被冠以这个孩子的名字，是因为他在班级服务中十分尽责。这类似于各行各业以优秀典范的姓名成立工作室。”周建军说，“有责任感的小孩，我们赞美他‘你是一个负责任的孩子’，并以他为榜样，让他形成身份认同。”

加分的逻辑是“你做了这件事，所以你有这个品格”；品格赞美的逻辑是“你本身就拥有这个品格，你刚刚的行为印证了它”。前者是外部激励，后者是内在认同。

当一个孩子建立起身份认同，品格便从外部要求变成了自我认知的一部分，道德自觉也就从内部生长出来了。

这正是四川品格教育“四维一体”评价体系的生动缩影，从行为性、持续性、一致性、发展性4个维度全程跟踪记录，直观展现学生品格循序渐进的成长轨迹。

2026年，四川新世纪品格教育研究院开展调查，数据直观印证了实践成效。98.2%的老师认为品格教育较传统德育更有实操性，92.53%的家长认为品格教育可以帮助孩子培养更好的习惯，83.76%的家长观察到孩子在品格教育中有良好变化，98.21%的家长认为有必要进一步加强品格教育。

当品格成为校园里高频的赞美词，当每一个微小的善行都被看见、被珍视，品格教育便不再需要一张考卷、一个分数来证明它的存在。（袁曼倪参与采写）

从原料筛选、智能加工到成品包装的全过程，都能巡厂看一看

透明工厂里的食安科普长啥样

本报记者 王东辉

“原来食用油是这么生产出来的。”在益海嘉里（重庆）粮油有限公司透明工厂，一群小朋友站在食用油灌装车间参观走廊上，透过玻璃窗好奇地看着食用油的生产过程。一旁，讲解员详细介绍着食用油的品控流程：“刚下生产线的油看起来有些浑浊，是因为充了氮气保鲜，这样可以不用添加防腐剂。”

大米生产车间里，除杂、脱壳、碾米、抛光、色选、包装一气呵成。面粉车间参观走廊尽头，一桌种类丰富的面点映入眼帘，麦香浓郁。孩子们边品尝边望向玻璃窗内的生产线，原来这些面点用的面粉，就出自眼前这条生产线。

自2008年起，益海嘉里金龙鱼食品集团股份有限公司逐步开放透明工厂。企业今年还举办了互动性更强的巡厂系列活动，邀请消费者实地探访全自动食用油、大米、面粉生产线，了解从原料筛选、智能加工到成品包装的全过程，并进行食品安全营养科普和美食品尝。

有趣的形式下，是一场透明化的食品安全科普，也是一次对企业食品安全管控体系的现场观察。

“食品安全是企业的生命。”益海嘉里金龙鱼食品安全总监潘坤说，组织透明工厂科普活动，一方面可以展示企业食品安全管控的成效，科普效果更好；另一方面也能督促企业进一步筑牢食品安全防线。目前，企业已布局80多家透明工厂，累计接待参观者超200万人次。

粮油行业存在原料分散、加工链条长、全品类品质管控难度大等痛点。对此，益海嘉里金龙鱼组建2500余人的专业品管团队，覆盖原料采购、生产加工、仓储物流全流程，实现产品来源可查、去向可追，并且以科技赋能，构建从田间到餐桌的全链条管控体系。

田间地头，企业收购时会严格检测原料中的黄曲霉素等成分；质检室内，检验人员使用先进设备，对原料中的各类成分进行严格检验；生产线上，全封闭加工打造无菌环境；超市货架，不定时对产品进行抽检……“‘为国民食品安全与健康而生’是企业的初衷，也是贯穿发展的主线。”益海嘉里金龙鱼党委副书记、公共事务部总监姜元荣说，沿着这条主线，企业将紧扣国家战略、呼应民生需求、筑牢安全底线，实现营养和健康方向的升级。

本版责编：曹怡晴 肖 遥 陈圆圆



近年来，新疆维吾尔自治区立足资源禀赋和产业基础，积极探索符合新疆特点的高质量发展新路子。葡萄酒产业是新疆产业高质量发展的一张亮丽名片。2025年，新疆葡萄酒产量达8.4万吨，销售额达7.08亿元、同比增长12%，在行业深度调整期实现强势攀升。原酒产能稳居全国第一，酒庄及生产企业达134家、数量名列全国前茅，天山北麓、伊犁河谷、焉耆盆地、吐哈盆地四大核心子产区及阿克苏慕萨莱思特色产区协同发力的格局已经成形。从长期的原酒输出，到以自主品牌叩开全国市场，新疆葡萄酒产业正向高价值产业跃升。

政策精准滴灌，把“好钢”用在转型的“刀刃”上

好葡萄酒是种出来的，但好产业是卖出来的，长期以原酒外销为主的模式，不能充分发挥新疆葡萄酒产业的优势和特色，品牌打造与市场开拓的短板尤为突出。自治区党委、政府高度重视葡萄酒产业发展，近年来，围绕“减库存、促销量、树品牌”工作思路，新疆系统构建葡萄酒产业政策体系。2023年起设立的葡萄酒产业发展专项资金持续发力，通过项目引导，精准赋能产业提质增效，酒庄开始从“埋头酿酒”转向“抬头看市”。2026年5月，《支持葡萄酒产业发展的七条政策措施》印发，覆盖从基地补助、贷款贴息到品牌推广、市场开拓的全链条，旨在充分发挥新疆资源禀赋和独特优势，推动葡萄酒产业高质量发展。

大产区品牌落地，从“各自吆喝”转向“抱团发声”

单打独斗难成气候，抱团发展才有出路。长期以来，品牌分散、辨识度低，是新疆葡萄酒产业发展的核心痛点。2026年8月，新疆维吾尔自治区林业和草原局主导推动的新疆葡萄酒大产区品牌形象正式发布，“新疆葡萄酒”标识（LOGO）与“葡萄美酒醉新疆”宣传标语同步亮相，寓意产业生生不息。品牌核心理念提炼为“3O”：起源（Original），立足新疆作为中国葡萄酒发源地的文化底气；东方（Oriental），追求柔和含蓄的东方风味表达；有机（Organic），锚定天然纯粹的上乘品质。新疆打造葡萄酒公共品牌，旨在聚合各产区和企业力量，抱团发展，为中国葡萄酒走向世界贡献新疆力量。这一品牌框架的建立，标志着新疆葡萄酒产业从企业单打独斗转向产区整体输出，为后续市场推广提供统一的叙事入口。

市场开拓成效显著，从“产区展示”走向“渠道落地”

政策与品牌的效能，最终要在市场中检验。2025年以来，自治区林草局统筹组织系列高规格市场开拓活动：第114届全国糖酒商品交易会上，新疆酒庄企业签约额超千万元；在第二十四届中国国际酒业博览会“TGA|青酌奖”评选中，多款兼具风土特色与工艺创新的新品在葡萄酒组获奖，获奖占比超40%；多款产品亮相第十七届香港国际美酒展，提升“新疆葡萄酒”品牌国际知名度；2026国际葡萄酒与烈酒贸易展览会上，创新打造“葡萄酒特调吧台”和“庄主酒时分”互动课堂，发布“新疆微醺滑雪季”跨界线路，以沉浸式体验推动品牌“出圈”；2026新疆丝绸之路葡萄酒节期间，首次联动国际机构醇鉴世界葡萄酒大赛（Decanter World Wine Award）举办高规格专题品评活动，16个项目成功签约，覆盖供应链入驻、前置仓建设、包装设计升级、酒庄投资等全产业链核心领域，7家天山北麓酒庄集体进驻粤港澳大湾区供应链，采购合作覆盖长三角、华东、华南市场。

从七条政策措施的系统部署，到大产区品牌的正式落地，再到国内外市场的实质性突破，新疆葡萄酒产业正形成一套可检验、可追踪的发展路径。政策红利不断释放，品牌竞争力不断加强，全链条价值持续提升。下一步，自治区林草局将对照《支持葡萄酒产业发展的七条政策措施》《新疆维吾尔自治区葡萄酒产业链建设实施方案（2026—2030年）》，持续跟进大产区品牌宣介落地，对政策执行效果和产业发展关键指标进行动态监测评估，推动新疆葡萄酒在品牌化、产业化道路上走得更稳、更远。

数据来源：新疆维吾尔自治区林业和草原局

·广告·