

非遗出圈为春节年味儿注入新活力

快评
别让离职变“长跑”

乙巳蛇年春节即将到来，这也是“春节——中国人庆祝传统新年的社会实践”被列入联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录后，人们迎来的首个春节。

春节热闹非凡的年味儿活动，是每个中国人内心深处最温暖幸福的记忆。作为申遗成功后的首个春节，今年的“年味儿”格外受关注。数据显示，节前“非遗”搜索量同比增长174%，“非遗手工”搜索量同比增长321%。随着“非遗过大年”热度持续高涨，国内多个景区、主题乐园、酒店也纷纷增加非遗元素。

频繁出圈的非遗之所以能成为春节万众瞩目的焦点，不仅是因为今年春节本身也成了非遗项目，更是由于近年来我国在不断擦亮非遗这张中华文明“金名片”，从而更好满足人民日益增长的精神

文化需求，推进文化自信自强的不懈努力。44个项目列入联合国教科文组织非物质文化遗产名录、名册，总数居世界第一；非物质文化遗产法颁布实施，31个省（区、市）出台非遗保护条例，非遗保护的法治网越织越密。认定国家、省、市、县四级非遗代表性传承人9万多人，各级非遗代表性项目超10万项，非遗保护传承体系日益健全。加入《保护非物质文化遗产公约》的20余年里，中国以行践诺让非遗重焕生机。

随着新媒体平台为非遗的传承和传播提供了更为便捷、便利的渠道，越来越多的用户通过新媒体平台感受到非遗的魅力。非遗的破圈传播为这种古老的文化形式带来了新鲜的血液。数据显示，以旅游、逛博物馆、购买产品、看表演和制作体验为代表的传统非遗体验形式中95

后、00后用户占比61%，以非遗+科技、非遗+游戏、非遗+动漫为代表的跨界体验形式中，95后、00后占比88%。跨界已经成为非遗吸引年轻人的重要途径。

在首个“非遗版”春节来临之际，非遗元素自然也就为传统年味儿注入了新的活力。从国家级非遗“火壶表演”搜索量同比上涨531%，“自贡灯会”搜索量上涨249%，“凤翔木版年画”搜索量上涨80%，非遗体验热度升温带动不少省市文旅订单大涨，到一批“非遗大集”“非遗潮玩”“非遗年货”以新的渠道和方式吸引民众特别是青年人的参与，非遗国潮、春节年俗在创新发展中不断焕发新的生机。地道的非遗年味儿成为今年过年不容错过的鲜明特色。

春节，是中国传统信仰和民俗礼仪的“集大成者”，承载着国人最朴素的情感和

最难舍的情结。从联合国大会通过决议将春节确定为联合国假日，到春节申遗成功，春节一步步走出国门、融入世界，这是世界对中国春节文化的高度认同。而非遗作为中华优秀传统文化的重要组成部分，是中华文明绵延传承的生动见证，是我国宝贵的精神财富。非遗的频繁出圈，不仅为万家团圆、共享天伦的传统节日赋予了更加丰厚的文化内涵，也为世界更好透过非遗感知中国优秀传统文化创造性转化、创新性发展，推动中华文化更好走向世界提供了绝佳的机会。

当春节在保留传统范式的同时不断吸收新元素，成为传统性与现代性结合的样板，每一位中国人便都为拥有如此优秀的文化传统而感到自豪。从这个意义上说，春节中的非遗年味儿必将为传统佳节增添更多新活力。（据《北京青年报》）

“提出离职申请，得经过26道审批流程”“20多个人审批，审批了整整两个月”……最近，有媒体报道劳动者在离职时遭遇困难，且这样的公司并非个例。一些公司会故意在离职流程上设障碍，“卡”住员工不让离职。

点评：

按说劳动者依照法律规定提前通知用人单位，办理工作移交手续后可以离职，如此繁杂的离职审批流程，一方面会伤害劳动者合法权益，影响其再就业；另一方面也不利于公司业务平稳过渡，还可能增加劳动争议。合理的离职审批流程应遵守民主与透明原则，让员工清楚知晓离职具体步骤、所需时间，如书面通知、工作交接、工资结算、社保转移等事项，还应在法定时间内完成离职审批，去除不必要的复审等环节，不能让劳动者正常离职变成“长跑”。（据《经济日报》）

让压岁钱回归祝福本真

“压岁钱到底该给多少？”春节临近，有关压岁钱的讨论持续升温。近年来，一些地方压岁钱水涨船高，从10元、20元涨到数百元，有的甚至高达几千元，让不少人感受到了压力。“少了拿不出手，多了又心痛”“发压岁钱用光年终奖”“老人快给不起压岁钱”等吐槽声，引发网友共鸣。

点评：

压岁钱原本承载着长辈对晚辈的美好祝福，现实中却逐渐变了味。有人用压岁钱多少来衡量亲情深浅、“面子”大小，裹挟着亲戚朋友们一起“卷”。好像钱给得越多，就越有诚意，越能彰显自家的经济实力。

红包厚了，祝福的本义却被冲淡了，还让亲情成了负担，实在得不偿失。（据新华网）

宠物医疗不能“贵”字当头

“宠物看病真的太贵了！”北京市民刘爽近日感叹道。前不久，她家的宠物猫排尿困难，并且味道比较重，怀疑是泌尿系统出了问题，于是带去宠物医院做肾功能检查、排尿输液等项目。第一家宠物医院报价近6000元，去了另一家宠物医院，同样的检查和治疗，要价近2000元。

点评：

随着城市中饲养宠物的人越来越多，宠物医疗市场迅速发展。然而，由于部分宠物医院收费不透明，存在过度检查、小病大治现象，同时，宠物医疗收费未纳入政府定价范围，一些商家趁机涨价……以上种种而产生的昂贵费用成为宠物主“不可承受之重”。对此，有必要进一步完善宠物医疗市场行业相关制度规范，加强行业监管，促进行业健康发展。相关部门应加速推进标准制定，建立更为完善的宠物医疗管理体系；尽快出台宠物医疗产品、服务及售后等相关规定，并加强对宠物医疗机构的准入审核，加强监督检查，加强培养专业的宠物医生、美容师等，让监管能够跟上快速发展的宠物市场。（据《福建日报》）

莫让“代发朋友圈”毁了朋友圈

临近春节长假，各类代发朋友圈的生意再次火爆。部分商家以0.8元的价格出售800张“高质量朋友圈吃喝玩乐实况图片”，类型包括探店、购物、旅行、健身等，还有个人卖家提供代定位发布朋友圈服务。

点评：

社交媒体高度发达的时代，不少人热衷于打造人设，通过展示精心选择和修饰后的生活片段来吸引关注、获得认同。在这种需求催生下，“代发朋友圈”等业务应运而生，满足了部分人的表达欲和社交需求。

但是一个人过度沉迷于生活幻象，忽略真实的生活，既容易助长社交焦虑和贪慕虚荣的心理，还可能面临一定的法律风险。比如，作为一种界限模糊的灰色交易，出售照片的个人卖家有可能牵涉违法犯罪，成为“杀猪盘”等诈骗行为的帮凶，而买家把自己的微信账号交给他人，等于将自己及亲朋好友的隐私信息泄露出去，难免被不法分子所利用。充分认识“代发朋友圈”背后的法律风险，积极调整个人心态，到现实生活中寻找更深刻的意义和自我认知，应成为我们的自觉追求。（据《河北日报》）

归乡的心 不容“抢票套路”辜负

近日，迎来节后返程车票售票高峰。记者近日调查发现，抢票软件“加速抢票”、航空公司“加价选座”、默认勾选增值服务“套路”重出江湖，把乘客的期待当筹码，把“一票难求”当商机。

点评：

护航春运归乡路，必须坚决整治“抢票套路”。近日相关部门已快速反应，作出积极应对：铁路部门多次提示，从未授权任何第三方平台发售火车票和办理火车票相关业务，没有任何购票加速包、购票会员费、挑选车厢座位费等额外收费。

整治春运“抢票套路”，需要多管齐下。相关监管部门要强化行业引导，规范经营行为，对于故意设置消费陷阱、虚假宣传的平台，要依法予以严惩，提高其违规成本。铁路部门也需进一步完善购票机制，提升技术手段。相关第三方平台更应承担起社会责任，摒弃短期逐利思维，共同打造公平公正的消费环境。广大乘客也要提升辨别能力，选择正规的购票渠道。（据新华社）

取消门诊预交金 让群众看病更轻松

看病就医是群众的“心上事”，也是政府部门的“上心事”。2025年卫生健康系统为民服务八件实事近日公布，包括儿科服务、心理健康服务、检验检查结果互认、无偿献血者权益保障等。其中取消门诊预交金、降低住院预交金额度等实实在在减轻群众就医负担的举措引发广泛关注。

从上世纪80年代开始，为减少患者排队次数、缩短缴费等候时间，医疗机构相继设立住院预交金和门诊预交金制度。现实中，很多人对于住院预交金比较熟悉，比如有些家庭困难的患者因凑不够住院预交金而发愁。门诊预交金则因医院而异，一些医院鼓励患者在就诊前预先为就诊卡充值，以便就诊过程中直接扣除相关费用，从而提高就诊效率。

“预交金”减负，对患者而言显然是好事。直接减轻了经济负担，免去了办理“多退少补”等繁琐环节。降低住院预交金额度，可从一定程度上防止过度医疗。现实中，一些医院让患者多充一些住院预交金，有的患者到出院时可能预交金都还未用完，于是个别医院就搞过度诊疗等违规行为，力争把患者的钱花完。

此番卫生健康系统推出的为民服务八件实事，尤其是涉及“预交金”减负等直接关乎患者钱袋子的举措，各地应尽快落实落细，并加大宣传力度、加强相应管理。把好事办好、把政策执行好，还需要多一些精细功夫，比如在制度框架上不断完善，以适应新情况新问题；在督促落实、提醒公众“查收礼包”等环节多一些“接地气”的考量。实事见实效，我们共同期待着。（据《工人日报》）

9.9元体验课 如何变流量为“留量”

9.9元打高尔夫、9.9元学走T台秀、9.9元全过程体验京剧……近来，在商场、俱乐部和工作室，一种9.9元的体验课火了。“9.9元”这个金额，微妙地把性价比的边界，精准地拿捏了消费者心理，被评为“羊毛课”。

这种体验课有些类似于传统餐饮行业的“免费试吃”，其实是商业营销策略的一种形式。商家所推出的产品与服务质量如何，还得“不看广告看疗效”。无论是低价体验还是免费试吃，商家的目的在于，将自身的服务品质充分展现在消费者面前，提高消费者的消费热情与参与兴趣，让“流量”变成“留量”。

不过，也要警惕一些商家把低价体验课当作骗取消费者信任的诱饵，获取不当利益。商家既然推出了9.9元的体验课，就应该避免出现线上线下不同步、体验课程同质化、9.9元背后有隐藏消费等问题。如果大范围采取此模式也会导致机构和从业人员激情不足，缺乏提升课程质量的动力，由此带给消费者的体验舒适度不佳。

要让消费者“花小钱办大事”的体验感拉满，从而获得对商品与服务的真正认可，商家就必须做到诚信为本、质量至上。如果仅是把9.9元课程作为广告营销的手段，对消费者的体验需求敷衍塞责，应付了事，甚至设置消费陷阱损害消费者权益，商家此举无异于“搬起石头砸自己的脚”。

9.9元体验课在商家和消费者之间搭建了一座很好的桥梁，对此，商家要心存敬畏，恪守基本的商业道德与伦理。此外，消费者也要主动作为与反向制约，在避坑的同时发挥“用脚投票”的正面牵引效果。比如消费者在选择此类消费模式时，要注意审核商家的资质，收集相应的证据，对附加消费条款要多留几个心眼儿，在权益受损时要勇于拿起法律武器维护自身权益，如此才能让商家在课程内容质量和水平上下功夫，把消费“好评”作为追求目标。（据《北京青年报》）

中消协提醒消费者 谨慎选购“金包银”首饰



谨慎选购“金包银”

中消协日前发布春节消费提示，提醒消费者购买“金包银”首饰时仔细鉴别，勿信虚假宣传。据介绍，商家在销售时通常会标注金重银重分别为多少，但很难验证金重银重分别是多少，甚至连珠宝行业专家也难以分辨。市面上所谓的“金包银”首饰，不论是线下实体店还是网络渠道销售，本质是银首饰，绝大多数都是镀金，不是手工“包金”。

新华社发

不能再让“天赋基因检测”继续坑家长

在口腔黏膜取些唾液，送至机构检测，便能测出孩子有哪些天赋，从而为“定向”培养孩子提供精准的“科学依据”。近些年，不少家长被类似这样的天赋基因检测宣传迷惑，他们花费数百元甚至数千元给孩子做检测，以期通过“刷透”天赋的方式，走出一条培养的捷径。据央视报道，记者联系了某检测机构，销售人员表示他们有一份长达31页的报告模板，付费之后可以提供，并宣称他们的这项基因检测项目，可以预知孩子的优势，而且准确率能达到99.7%。但专家强调，正规医疗机构根本就不提供“天赋基因检测”。

收费不菲的天赋基因检测包含几十项内容，乍一看，妥妥的属于技术先进的黑科技。但正如专家所言，基因预测天赋也是先完成了基因检测，再去进行统计学的分析，然后去预测哪些基因和

这个人的某些天赋具有一定的相关性。天赋的确存在，但具体哪些基因带来哪些天赋，在目前的技术条件下并不明确。任何一项基因检测的科学性都是建立在大规模流行病学调查及循证研究数据上的。即使有一天能与所谓“天赋”相关的基因都检测出来，也未必能够预测一个人未来的能力。

人的天赋具体由哪些基因决定、如何决定，以目前的科技水平还没办法给出准确答案。当前的一些基因检测项目，都是出于猜想和武断，这种做法本身就与科学精神背道而驰。

此外，目前对于基因的研究和应用主要在疾病的筛查和治疗方面，而某个基因改变后是否能增强某种天赋或能力，并没有明确的科学依据。即便这样的检测具有权威性和准确度，作为特种行业，检测机构和检测人员也应具备相应的资格与

资质，而非像江湖游医那样随意检测，胡吹乱侃。但据报道，我们国家现在没有一个医院做基因检测去预测天赋，大部分都是商业机构在从事相关的检测。

家长望子成龙，精准施教的迫切心情可以理解，技术创新也应鼓励。但显然不能打着创新的旗号巧立名目，变着花样用普通人难以理解的“名词”收割对子女抱以殷切希望的家长。这种“伪科学”既是对真正技术创新的诋毁，也有违诚实守信原则，更可能涉嫌虚假宣传和消费欺诈。家长当摆正心态，少些急功近利和对天赋基因检测的盲目信任。

监管部门更应积极作为，严肃处理这种打着高科技旗号虚假宣传、欺瞒消费者、扰乱市场秩序的行为，维护健康有序的市场环境，保护家长不再被伪科学所收割，同时让涉世未深的小孩不成为被摆布的工具。（据《北京青年报》）

解锁六盘山特色年货“火爆出圈”密码

会、动员职工，优先采购固原市农特产品，自觉当好固原市农特产品的推销员，号召职工利用身边资源，大力推广固原市特色产品。希望以此次推介会为契机，与固原市建立更加广泛、更加紧密的合作，切实实现优势互补、价值共享、合作共赢，为实现农民增收致富、农业提质增效贡献力量。

自治区政协委员、宁夏百新热力有限公司董事长王宁现场订购固原黄牛肉450斤。“我们已经与参展企业对接联系，后续将定向采购农特产品作为公司员工福利，为固原市农特产品销售出一份力。”王宁说，打造消费新场景新业态，促进经济稳中有进、回升向好，政协委员更应首当其冲，他将围绕提振消费信心、丰富消费供给、打造消费场景等方面，深入调查研究，从多个角度为提振消费“添柴”献策，让“烟火气”在宁夏“燃”得更旺。

党委和政府搭台、政协推动、委员助力、市民给力，六盘山特色年货大集的消费额不断刷新，节节攀升：

1月14日，六盘山特色产品大礼包及各类产品现场销售33万元，签约650万元，线上销售18万元；

1月15日，六盘山特色产品大礼包及各类产品销售新增1353.5万元，达到2422.49万元；

1月22日，六盘山特色产品大礼包及各类产品累计销售3578.45万元。

……

数据还在实时更新，六盘山特色产品的销路更广，春节消费的氛围愈加浓厚。