

# 文化馆开放“艺术自习室”，公共文化空间可以这样共享

马青

媒体报道，浙江多地文化馆继开办夜校丰富市民文化生活之后，又开放“艺术自习室”，让市民可以预约使用琴房、舞蹈室、排练空间，用来练琴、写字、合唱、练舞，文化馆成了服务更多人群的文化共享空间。那些在家练琴唱歌却怕噪音扰民的人，那些想排练却找不到合适场地的人，那些想上夜校却苦于没抢到课的人，都可以通过“艺术自习室”有所收获。据浙江省文化馆馆长介绍，通过盘活资源、再造场景、激发动能，全省“艺术自习室”已惠及群众10万余人次。

过去，人们提到文化馆，只会想到演出、展览；后来夜校火了，去文化馆上课培训，也成了不少人夜生活的一部分。但夜校课程名额有限、节奏固定，周一节课，很多人学不过瘾。更关键的是，课后要有足够的练习，学习成果才能得到巩固，而练习恰恰最缺稳定、专业、不受打扰的空间，“艺术自习室”的

出现，正好补上了这一环。

值得注意的是，这个创意并不是自上而下设计出来的，而是在倾听群众呼声的过程中形成的。夜校火了之后，文化馆问计于民，还能继续提供什么样的服务？不少市民直言，夜校的课太难抢了，哪怕不上课，能不能让人走进教室安安静静地自习一会儿？正是在这样的呼声中，从2024年3月开始，浙江省文化馆向公众开放“艺术自习室”，市民可线上预约，在约定时间扫码进入教室。教室内安保与监控系统全程保障，值班人员及时响应需求。很多公共服务的好做法、好点子，正是在这种调研与互动中自然生长出来的。

“艺术自习室”之所以触动人心，就因为它以细节传递了城市的温度。在钢筋水泥的城市里，真正让人感受到归属感的，往往不是宏大的地标，而是那些可以随时进入、愿意为普通人敞开的公共生

活。零门槛的场馆、免费的设施、热心的志愿者、清晰的规则、丰富的文化生活，以及由此带来的交流与互动，让人感受到城市对普通人生活的体贴与接纳。

“艺术自习室”还给了我们一个重新审视公共文化空间的视角。过去，我们习惯把文化馆理解为文化内容的供给者、资源的输出端，而现在，它增添了“共享空间”的属性。其实，随着生活水平的提升，城市的公共设施也多了起来，上至省级图书馆、文化馆、体育馆，下至社区里的图书室、读书角、文娱活动中心，大多数都还是在特定时段开门迎客，潜力远未被充分发挥。如果也能像文化馆一样，通过预约制、错峰开放等方式，重新组织和调配，让它们更多地服务于市民的日常活动，就能让原本静置的资源重新流动起来。

当然，有必要提醒的是，尽管“艺术自习室”采用的是免费预约

制，但是，所有资源都是有成本的，公益项目也不例外。就像夜校本身是公益项目，但一直采取低价收费的方式运行一样，不必强求公共文化服务都一定要免费提供。不同地方财力不同、管理能力不同，不必完全照抄。考虑到场地要维护，设备会折旧，以及人力成本，未尝不能通过平价收费、分层使用、合理减免等管理方案，增加公益项目的可持续性。

如果越来越多的文化场馆能从“办活动”的思路里走出来，成为共建文化生态的力量；如果越来越多的市民能在公共空间里获得生活的乐趣，享受文化的浸润，那么，“十五五”规划建议中提到的“公共文化服务提质增效行动”就能在这些细节里真正落到实处。文化从来不是高高在上的，它可以从一间自习室开始，融入日常生活，温暖每一个愿意学习、分享与参与的人。

# 店员「手」打奶茶？玩梗不可无底线

陈广江

1月6日，某茶饮品牌因“手打奶茶”一事登上微博热搜。一段网络流传的视频显示，一名身穿工服的员工在制作饮品过程中未佩戴口罩，种种夸张操作让许多网友表示“感到不适”，引发网络热议。

当日，该茶饮品牌对此回应称，视频中店员为跟风网络“印度奶茶”梗博取流量，在即将开始打烊时，用当天门店的报废废弃物进行模仿摆拍，奶茶未对外销售，已对涉事门店进行无限期停业整顿，并辞退涉事店员。

尽管只是模仿摆拍，但画面带来的感官冲击已迅速演变为一场信任危机。品牌方反应迅速，辞退员工、停业整顿、处罚管理人员，一系列操作不可谓不及时。但事件背后折射出的问题，远不止一名员工的违规行为那么简单。

网络玩梗、模仿热拍，本是社交媒体时代的常态。但将食品安全当作玩梗素材，在餐饮操作间里上演“手”打奶茶的戏码，显然已逾越了基本底线。食品行业不同于其他领域，卫生与安全是生命线，更是消费者信任的根基。哪怕只是摆拍，哪怕用的是报废物料，只要身着工服出现在工作场所，其行为便与品牌形象牢牢绑定。公众看到的不是“个人娱乐”，而是“这家店员工竟这样处理饮品”。

对这种玩梗行为，网友不接受，法律也不答应。有律师指出，无论是否发生于“打烊后”，是否标注“娱乐”，身着标识工装在营业场所进行违反食品卫生规范的操作并传播，都可能对品牌形象构成侵权，需要承担相应法律责任。

处罚之外，更应追问，为何此类以食品安全为代价的“玩梗”行为时有发生？据报道，多家奶茶品牌店员近日在社交平台发布“手”打奶茶视频，有的标注了“仅做娱乐”，有的则没有标注。

跟风摆拍“手”打奶茶背后，是部分从业者职业敬畏感的缺失，以及流量至上思维对专业操守的侵蚀。这也暴露出一种危险倾向，即在流量诱惑面前，严谨的操作规程可能被戏谑解构，基本的卫生标准可能被娱乐化消解。

根据该茶饮品牌通报中强调的“自动化制茶”“人料分离”来看，饮品制作的规范流程本可规避风险，但再完善的硬件与制度，最终仍需由人来执行与维护。管理的薄弱环节，恰恰在于如何约束员工在“非生产时段”、在“摄像头后”的行为与意识。此次事件也给所有餐饮企业敲响警钟：在数字化传播时代，每一个员工都可能成为品牌的传播节点，一举一动都代表着企业形象。培训不应只停留在操作技能，更需强化职业素养。

说到底，消费者对食品安全的敏感度日益提高，这不是过度挑剔，而是基本诉求。任何以食品安全为代价的流量追逐，都是短视且危险的。企业辛苦构建的标准体系与市场声誉，经不起这样“开玩笑”。

# 引导青春小店走稳走远

刘沛恺

有人在社区里开设普惠食堂，有人把传统技艺做成文创产品，有人把咖啡店与阅读空间结合……近年来，随着消费需求的增长、营商环境的改善，以及青年就业创业观念的转变，在不少城市的街头，一批批青春小店正在成长。

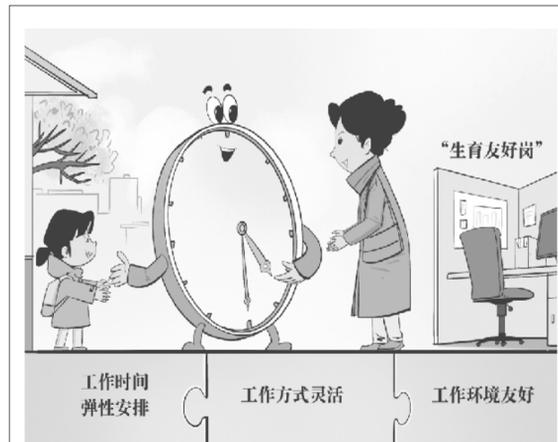
青春小店是青年创业与城市发展相互成就的一块试验田，承载着活力、创意与责任。在团组织、基金会、高校和地方部门等帮扶下，不少特色业态小店通过免租、减费、培训、资源对接等方式，实现了快速破圈。

青年敢创、爱创、善创，但在创业过程中还常常面临启动资金不足、政策法规不熟、市场拓展不易等难题。如何让想创业的青年能起步、走得稳，关键在于建立覆盖全流程的引导帮扶体系。

托底要托在关键处。对不少创业者来说，除了房租、装修、设备等，更难跨的一步是如何打出知名度、吸引首批客流。相关社区可大力盘活闲置空间，以低偿出租、公益置换等方式降低创业成本。比如，西安黄河社区将几间旧房改造为“树下餐厅”，并对创业者免去租金，在准入环节减少不必要的成本支出，让青年把更多精力放在产品质量、服务能力和经营理念上，展示小店的独特魅力和创业故事。

陪伴要贯穿全过程。创业不是仅凭一阵冲劲，而是一场持久战，许多问题都发生在“开门之后”。各地各部门应结合自身实际积极探索，给年轻创业者多一点“缓口气”的时间和试错的空间。比如，杭州通过创业陪跑空间提供辅导、补贴与共享服务，让青春小店在成长的每个阶段，都能找到人问、有人帮。这种“陪着走”的方式，更像是一套成长规划，既帮助解决了眼前问题，也引导提升了创业者的管理能力和市场意识。

导向要写进规则里。青春小店不是单纯追求商业利润，而是被赋予了公共属性——既要发展自身，也要反哺社会。青年创业者应明确创业发展方向，避免短期逐利带来的无序竞争。例如，浙江建德的创业者探索“咖啡+助农”的模式，把农产品引进店铺，帮助农户拓展销路。这样的导向，让创业不只是做生意，更成为参与社区治理、产业协同与社会服务的一种方式，有利于把资源用在更有社会价值的领域，使青春小店在成长中形成稳定的价值坐标。



# “生育友好岗”

在上海黄豆网络科技有限公司，下午4点半，运营负责人刘女士合上电脑，起身去接放学的孩子。她不是提前“溜岗”，而是公司实行了弹性工作制。

此类工作时间可弹性安排、工作方式灵活、工作环境友好的岗位，被称为“生育友好岗”。

新华社发 勾建山作

# 规范管理

记者1月7日从市场监管总局获悉，市场监管总局和国家网信办近日联合发布《网络交易平台规则监督管理办法》，旨在规范网络交易平台规则制定、修改和执行，维护网络交易秩序，保护网络交易各方主体合法权益。

新华社发王鹏作



# 读懂“花式传承”里的化学反应

董映雪

以守正为圆心，加入网络流行元素，注入创新活力，拓展触达“文化半径”，就能吸引年轻人从“眼熟”到“心动”，形成“始于新奇，终于热爱”的审美闭环。“如今哈历年满十一，正是到了人学年纪……”唱的是京剧，扮的是电影《哈利·波特》里的角色。年轻京剧爱好者一段街头表演，引发对“花式传承”的讨论。传统文化遇上“花式传承”，出圈的不只有京剧。川剧变脸，冷不丁变出一张“表情包”；练书法，写的是流行歌词、热播剧台词；学苏绣，绣卡通形象；舞皮影，跳网络热舞……有人惊讶“传统艺术还能这样”，有人调侃“不论如何，好歹是传下来了”。

“花式传承”的“好”与“歹”怎么看？“花式传承”里，蕴藏着传统技艺与青春力量产生的“化学反应”。

由《哈利·波特》《甄嬛传》等影视作品改编的京剧选段视频，评论区很热闹。有网友说，自己因此与长辈成了戏友，解锁了戏曲的魅力；有年轻网友晒绝活：川剧变脸变出表情包、苏绣技法

绣卡通形象，引来叫好“没有新鲜感，怎么留住‘老把式’”。在一次次“花式传承”里，传统艺术褪去高冷外衣，变得亲切可感。

当然，也要正视一些担忧，“花式传承”会不会引发博眼球、猎奇行为？如何界定“改编”与“胡编”，如何区分破圈传播与迎合流量，如何让“二创”符合艺术的要求、守住创作的底线？这些都需要深思。形式是皮，底蕴为骨，不能为了皮相失了风骨，丢了精气神。传统艺术的底蕴魅力，是传承里最为坚实的内核。无论如何创新，京剧唱腔韵味不减、书法行笔顿挫有力、苏绣皮影功夫扎实，都是不可偏废的基本功。

京剧大师梅兰芳说“移步而不换形”，国画大家李可染说“用最大的功力打进去，用最大的勇气打出来”，“花式传承”里有Z世代所理解的变与不变。以守正为圆心，加入网络流行元素，注入创新活力，拓展触达“文化半径”，就能吸引年轻人从“眼熟”到“心动”，形成“始于新奇，终于热爱”的审美闭环。

# 当心“试吃”诱饵下的诈骗陷阱

刘少华

据1月5日新华社报道，岁末年初，不少商超推出多种促销活动吸引顾客关注。然而，在多地出现了一种“试吃卡”新型骗局，一些不法分子打着知名超市“免费福利”的幌子，为电信网络诈骗犯罪引流。近期，山东公安机关接连侦破多起“试吃卡”诈骗案件，部分从事线下推广营销的地推人员受诈骗团伙遥控，引诱群众下载陌生APP或加入“福利群”，实施刷单返利、盗刷银行卡等诈骗行为。

不法分子之所以选择超市作为诈骗“背景板”，其背后是对社会心理的精准拿捏。超市是市民最熟悉、最常去的消费场所之一，承载着一种亲切感。此外，近年来，在电商的冲击下，不少超市为了吸引客流，会定期展开各种促销推广。诈骗团伙正是钻了这个空子，利用人们对实体店超长期积累的信任，在警惕性较弱之处布下重重陷阱。

在这类骗局中，不法分子的分工呈现专业化、链条化的特点：地推人员夜晚潜入小区投卡，用“免费大米”等卸掉目标群体的防备；引导市民加入“福利群”，以小额返

利积累信任，再以“高额返利”诱骗大额投入；幕后团伙通过境外通信软件布置任务、实时监控，并用虚拟货币结算费用，隐匿性极强……据报道，地推人员中有不少是临时招募的兼职者，一些人并不完全清楚自己是在为诈骗团伙“打工”，这进一步增加了警方溯源的难度，也显示出诈骗活动在不断“进化”。

当诈骗插上数字“翅膀”，我们也应当不断更新应对思路。例如，超市等商业场所提高警惕，向消费者告知此类套路，同时加强对合作推广的审核；公安、市场监管部门将商超周边列为重点巡查区域，特别留意那些以“免费”为噱头的流动推广行为；支付平台和APP应用商店加强对可疑交易、可疑应用的监测预警。此外，社区可加大宣传力度，帮助老年人等防范意识较弱的群体提高警惕。

岁末年初是消费旺季，也往往是诈骗案件的高发期。天下没有免费午餐，莫被“试吃”迷惑。要想打赢这场看不见硝烟的反诈斗争，既需要法律与技术的“硬防线”，也需要每个人保持不轻信、不贪心的理性和清醒。

# 闲置物品循环增值了啥

龚利

家中闲置物品如何处理？挂上平台、流转变成成为不少人的选择。

近年来，闲置物品循环流通快速发展。据商务部数据显示，2024年我国二手商品交易额达1.69万亿元，同比增长28%，近6年平均复合增长率达12%。有人认为，这不仅是一个产业的增长，还实现了更广泛意义上的“增值”。

价值“增值”。一件九成新的家电，若被弃置便会“无用”，若经二手买卖，便会继续投入使用；一款绝版潮玩，在辗转的交易中，不仅实现价值流通，还为爱好者增添情绪价值；一个屏幕损坏、主板完好

的手机，经历闲置流转平台修理之后，可能成为技术“发烧友”的研究对象……从评估维修到物流仓储，闲置物品的流转链是一条延展的价值链，拓宽了市场的成长空间。

效益“增值”。比如某企业打通线上、线下，集合各种二手商品，推出“仓储式卖场+透明质检”模式，既抓质量保障，也抓场景体验，解决消费痛点，实现了客流增长，提升了交易效益。“增效”已然成为各行业的共同焦点。从离境退税“即买即退”，到因地制宜发展新质生产力，再到建设全国统一大市场，效率变革是目标，也是引擎。将“规模扩张”转向“效率提升”，畅通资源要素流动的“血脉”，市场潜力无限。

理念“增值”。交易平台上，每一笔交易都标注着对应的减碳量，用户能直观看到自己的环保贡献，更乐于让闲置物品循环起来。推动绿色发展，靠的不仅是制度规范，还有理念更新。将新发展理念融入生产生活的方方面面，以生活之变点亮观念之变，调动的不仅是外在推动力，还会有自觉转型的内驱力，并进一步融汇出高质量发展合力。闲置物品循环推动“增值”的锚点在哪？在以“变废为宝”引导供需精准适配，更好统筹扩大内需和深化供给侧结构性改革。

纵览近年实践，“统筹”二字成为发展的题眼。“世界超市”义乌，既开拓海外新兴市场，又推动“出

口转内销”，统筹出坚韧的“双循环”；具身智能、DeepSeek等产品上新，数字化、绿色化等转型浪潮，创新链、产业链相融合，统筹出经济质量的提升；海南自贸港全岛封关运作，高质量共建“一带一路”走深走实，统筹“两个大局”扩大高水平对外开放，传递出更多确定性。

从个人的闲置换新到万亿级市场的蓬勃生长，闲置物品的循环促进“增值”既是消费观念转变的体现，也是质量变革、效率变革、动力变革的缩影。这些“变”都是高质量发展的驱动因子。以新发展理念为引领，善于识变、勇于应变、敢于求变，就能不断催生出更多推动高质量发展的新增量。