

# 版权有保障，文创更闪亮

万勇

近年来，文博热、非遗热不断升温，文旅市场人气火爆，一些机构推出了丰富多样的文创产品，深受消费者喜爱。但与此同时，市场上也出现了一些粗制滥造的“山寨”文创，不仅影响了人们的消费体验，也扰乱了正常的市场秩序。文创产品不仅关乎创作者的个人权益，也事关文化传承与国家文化竞争力，需要持续加强版权保护。

保护知识产权就是保护创新。文创产品的核心价值在于创新，而创新需要巨大的资金与智力投入。如果盗版产品得不到有效有力的打击，会严重挫伤创作者的积极性。加强版权保护，能有效保障创作者从文创产品创作活动中获得合理的经济收益，从而持续激发全民族文化创新创造活力。

文创产品是中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展的重要载体。加强版权保护，是助力文化传承、推动文化强国建设的内在要求。盗版产品往往粗制滥造，可能导致公众对历史元素的错误解读。

加强对文创产品的版权保护，有助于让文创产品更好诠释文化价值与历史内涵，实现文化传播与产业发展的双赢。

当前，文创产品还充当了国家之间文化交流的使者。当国外受众因为喜欢《哪吒》系列电影而开始学习中文，因为痴迷游戏《黑神话：悟空》而研究中华文化时，这种自发形成的文化吸引力和亲近感，就是文化软实力的真正体现。从这个角度来看，版权保护不仅是对创作者的认可与鼓励，更是对国家文化软实力提升的有力支撑。

一直以来，各级政府高度重视文创产品版权保护，先后出台了一系列政策，开展了一系列专项行动。随着文创产业的业态、模式不断更新，有必要进一步加强版权保护，促进文化繁荣和经济可持续发展。

完善政策规范。文创产品类型多样，侵权行为复杂。对于何种程度的创作能构成受到著作权法保护的作品，应结合文创产业特点，

充分考虑传统文化元素与现代创意表达的关系，确立既符合法律精神又鼓励创新的判断标准。对于利用人工智能直播带货、跨境电商版权侵权等新型侵权形态，应加强前沿问题研究，依法稳妥办理新技术案件。此外，加大赔偿力度。当前文创产品侵权成本低、维权成本高，应通过严厉的赔偿制度扭转这一失衡格局。对于恶意侵权、重复侵权者，应依法适用惩罚性赔偿，对侵权者形成威慑力。

推动多元共治。长期以来文创产品版权保护工作存在确权不易、取证困难等现实难题，要有效破解这些问题，需要政府、行业及社会各界协同发力、共同推进。通过组建专门工作力量、健全跨区域协作机制，开展专项治理行动，为权利人搭建便捷高效的维权渠道。同时，制定行业规范，推动版权保护关口前移，促进矛盾纠纷源头化解。需要看到，广大公众是版权保护的重要参与者与践行者，其版权意识水平，直接关系到版权治理的

实际效果。通过加强知识产权法治宣传教育，引导全社会树立正确的版权理念，有助于营造鼓励创新、尊重知识产权的良好社会环境。

提升技术赋能。版权制度基于技术创新而生，由于技术创新而变。一方面，技术创新对版权制度提出了重大挑战；另一方面，技术创新又为版权保护提供了更加高效、智能的解决方案。强化新技术应用可精准识别侵权行为、固定证据链条、提高版权保护和管理效率。可以说，当前技术正在从底层逻辑上重塑文创产品版权保护的生态。因此，可利用区块链作为作品生成不可篡改的数字指纹，实现创作源头可追溯。在授权上，可利用智能合约自动执行授权协议，提升交易效率。在维权上，可利用算法、人工智能等技术，对盗版行为进行实时监控，实现精准监管。将文创产品版权保护作为重要抓手，助力培育本土文化企业的国际竞争力，不断提升国家文化软实力和中华文化影响力，进而为文化强国建设注入更强劲动能。

来越越多年轻人，不再像上一辈那样热衷于囤货了。

成长记忆里，囤货是生活的标配：阳台堆着成箱的纸巾，床底塞着洗衣液，冰箱冻满肉类……父母的逻辑很简单，反正都要用，趁便宜多买点，有备无患。

囤货曾经是极具理性的消费选择，过去，商品供应相对不足，价格起伏较大，而且商品流通范围有限，购物耗时费力。这种情况下，多储备、多持有，不仅能减少频繁采购的麻烦，还意味着能抵御价格波动、应对突发状况。“手中有粮，心里不慌”，说到底，囤货是物资匮乏年代的安全感。

再到后来，超市大卖场兴起，商品极大丰富，但囤货反而被强化了，“家庭装”“买二赠一”等量大优惠的销售策略把消费者训练成了精明的囤货专家。进入电商时代以后，购物节更是一度把囤货推向了高潮，满减、凑单等游戏规则下，人们囤的不再是生活必需品，更像是缓解“不买就亏了”的焦虑感。

而今天，支撑囤货的逻辑已经松动。

首先，商业基础设施发生巨大改变。这些年来，我国市场供给持续充足稳定，从粮油副食到日用百货，再到时令生鲜、应急用品，品类丰富，从源头打消了人们物资短缺的顾虑。与此同时，社区门店、前置仓、即时配送等业态的发达，物流、供应链的高效，让“30分钟送达”逐渐成为城市标配，消费的便利性达到前所未有的水平。当随时买成为现实，提前囤的必要性自然大幅下降。

其次，空间成本被越来越多人看见——囤货占用的居住空间本身就是一笔不菲的隐性成本。租房的人更是深有体会：囤积的纸巾、调料、洗衣液，都成了搬家时沉重的负担。此外，购物时间是成本，决策精力也是成本，当这些成本加在一起，囤货可能反而是“更贵”的选择。人们拒绝过度囤积，更加注重消费的轻量化，这种转变也是消费观念的升级，从追求数量转向追求品质和效率，从被动应对不确定性转向主动享受便捷。

消费者的心态也在变化。购物节的“全年最低价”、直播间的“最后100单”，都在制造紧迫感。但大家越来越清醒：全年都有促销，平台补贴轮番上阵，与其被营销牵着走，不如需要时再买，哪怕贵一点，却换来了决策的自由。

消费习惯的改变，映照出我国市场供给能力、流通效率与消费环境的完善。强大的供应链、商业网络、数字化服务，共同筑牢了消费安心的基石，让人们不必再通过囤积来获取安全感。这也启示我们，激活消费潜力，并非一味依赖刺激手段，更高效的供给、更便捷的服务、更稳定的预期、更有吸引力的消费场景，同样能释放内需活力。

对企业而言，消费者囤货习惯的改变也在重塑市场。优惠大包装不一定好卖了，需要考虑的是，靠什么在消费者需要时“第一时间出现”？是渠道覆盖，是品牌，还有产品本身的不可替代性。

对于普通消费者来说，或许只需要想清楚一件事：囤货带来的安全感，是用空间、资金灵活度和决策精力换来的。这笔账怎么算，没有标准答案。但至少，别再让过期的花生油占着柜子了。

## 「随时买」代替「提前囤」

曾诗阳

# 评论

## 高效推进

开年以来，从岭南水乡到云贵山区，从河西走廊到华东大地，纵横交错的铁路建设工地上机器轰鸣、人声鼎沸，一幅奋斗画卷徐徐展开。记者从中国国家铁路集团有限公司获悉，2026年一季度，铁路建设优质高效推进，全国铁路完成固定资产投资1379亿元，同比增长5.1%，实现全年良好开局，为区域经济社会发展注入新动能。

新华社发王鹏作



## 交60万包进央企？受骗者也该破除侥幸心理

守一

近些年，国企、央企等单位在求职中变得越受追捧，但与之伴生的骗局也屡见不鲜。北京日报记者调查发现，有公司或个人以“包进”“内推优先安排”等为名，宣称可助力求职者稳妥进入央企国企工作。然而，用户一旦轻信说辞而交钱，换来的就是“空头承诺”。发现被骗后，想要维权退款，也十分困难。

这类骗局其实并不高明，不法中介往往找一些所谓“熟人”当托，展示编造的“成功案例”，让求职者或毕业生家长以为这些中介有“背景”，能够花钱变相上岗。表面上看，骗子是通过制造信息差，让求职者以为他们掌握了所谓“内部渠道”，本质上还是迎合社会上流行的

“关系”思维，总有些人相信只要有钱有关系，就可以搞定一切。

事实显然并非如此。如今，央企、国企的招聘流程已经越来越规范，从发布招聘公告、报名、笔试、面试，再到体检、公示，每一步都有章可循，暗箱操作的难度超乎想象。另外，包括国家电网、中国烟草在内的一些企业，曾多次发布声明，表示招聘不会收取任何费用，从未授权任何机构或个人开展“付费内推”“包过入职”服务。

求职者或者家长只要稍微搜索网络信息，就不难看到这些官方声明。所谓“内部指标”“特殊通道”“花钱安置”，不过是骗子编造的敛财幌子，根本不存在“交钱就能进”的捷径。所以，受骗者除了少数是吃

了信息差的亏，很多可能未必不知道其中的风险，只是仍抱着赌徒心理，认为对方说不定真有外人不知道的路子，于是不惜重金投入。

要减少这类骗局，从监管层面看，应当在传播渠道加大管控力度。很多受骗者是通过短视频、社交平台看到所谓“就业指导”的广告，才入了骗子的坑。就业指导本来是正常的市场服务，但若是给出“包进央企”之类的承诺，显然就已经步入了灰色地带。鉴于这类骗局多发，平台在审核上应该多予关注，尽可能封堵虚假广告的传播通道。对于一些典型案例，平台甚至可以利用官方账号进行普法防骗宣传，这既是对用户负责，也是净化平台生态的积极举措。

但无论平台还是监管部门，要完全封堵骗子的传播渠道，并不现实。一些中介机构可能在网络平台假装提供正规就业指导服务，到了私下沟通的环节，再通过各种话术暗示求职者有捷径可走。而要想管住私域甚至线下会面的骗局，监管恐难以覆盖。

说到底，要想避免被骗，求职者应当破除侥幸心理，不要总想着走捷径。“花钱买岗位”不管被传得多么逼真，落到自己头上只能是骗局。一边要交动辄数十万的费用，另一边签署合同时却模棱两可，但凡有些理智的人都该有所警醒。与其耗费巨资赌一个虚无缥缈的机会，还不如认真检索官方招聘渠道，靠自己的努力去争取。

## “小确幸”藏着大市场

毛同辉

从手作拼豆的静谧时光，到盲盒开启的惊喜瞬间；从工位小物的治愈陪伴，到AI机器人的情感慰藉……当下以“情绪”为核心的产品与服务正迎来爆发式增长。消费者从“买有用”转向“买开心”，情绪消费既满足了快节奏生活中的情感需求，也推动着供给端不断升级。

情绪消费，是以情感满足为核心的消费模式，消费者购买的并非商品本身，而是成就感、愉悦感等情绪体验。目前，情绪经济已形成潮流，购物、文旅、宠物、科技、餐饮等众多赛道，伴随赛道的多元拓展，年轻群体成为消费主力。随之而来的，是我国情绪经济持续扩大的市场规模：从2022年的1.63万亿元，增长至2025年的2.72万亿元，预计2029年将突破4.5万亿元，展现出强劲的增长势头。

在扩内需、促消费的背景下，如何让情绪消费健康、稳定、可持续发展？今年多地的政府工作报告中出现了情绪经济、情绪价值、悦己经济等流行热词，将情绪与提振消费结合在一起。比如，江西省提出，打造国潮经济、情绪经济等新业态新模式；贵州省提出，大力发展谷子经济、悦己经济等。

也要看到，当情绪被当作“商品”出售时，其背后的风险不容忽视。对消费者来说，过度依赖情绪消费，可能导致其真实社交能力退化。此外，产品同质化、价值虚高、标准缺失、场景割裂等短板，同样令人担忧。例如，有商家借情绪疗愈之名，售卖“千元水晶”“万元转运手串”等产品牟取暴利；一些“花小钱买开心”的文创产品，面临同质化严重、版权侵权频发的困境。

情绪消费既是发展机遇，也是社会课题。唯有包容其创新发展，并加以合理规范引导，这股“温柔力量”才能真正成为满足人们精神需求、培育积极心态、推动经济高质量发展的新动能。

补齐短板需多方协同发力。对企业而言，应摒弃“伪情绪”营销，深挖细分需求，通过场景营造、数字赋能等方式，提升产品实用性与体验感。政府层面，既需强化政策支持，因地制宜推动演艺、会展、旅游等业态融合，打造沉浸式消费场景，也应加快完善行业标准与监管规则，严厉打击违规经营行为，持续净化市场环境。消费者则需理性消费，避免被营销噱头牵着走。

“小确幸”藏着大市场。唯有做好正向引导、强化规范监管，才能让情绪消费真正滋养生活。

## 共同守护老年人的“AI热情”

申琦

当前，人工智能技术已深度嵌入医疗、消费、公共服务等场景，越来越多老年人展现出学习使用AI的浓厚兴趣。从语音查询到图像生成，从信息检索到创意表达，AI工具为老年人打开了新的参与空间，提升了老年人的信息获取效率和生活便利程度。

但老年人学AI，有效渠道有限。市面上打着AI名头的课程质量参差不齐，甚至存在推销诱导、虚假宣传等乱象。怎么解决老年人学AI遇到的“没处学”“学不懂”“易被骗”等问题？这是需要重视的新问题。

在我们看来，这需要从课程供给的适老性、社会支持的系统性、老年人的学习规律三方面综合考量。

在课程设计方面，当前老年大学、社区讲座、线上课程等路径各有短板：老年大学传统课程占主导，针对AI的专题课程凤毛麟角；社区讲座即便涉及AI话题，也多为碎片化临时活动，缺乏系统性、连续性；线上付费课程鱼龙混杂，有不法商家

以“造星”“暴富”为诱饵，层层加价、退费无门，老年人面临较高安全风险。至于家庭内部的“代际反哺”，也常因子女耐心不足或知识有限而难以深入。

归根结底，老年人需要的不是零散知识点、高深理论或充满套路的“收割课”，而是真正从老年人生活经验出发、符合老年人接受习惯、尊重老年人学习节奏的课程体系。这些课程要做的，是提供适老、分层、有陪伴的学习路径，帮助老年人建立对AI的基本认知、应用能力和风险防范意识。

从生活场景出发，实现即时收益。老年人往往看重解决当下问题，课程应从具体痛点切入，如用AI查医保政策、让AI读出药瓶小字、用AI规划出行路线等，每节课攻克一个生活难点，时长尽量不超过30分钟。教学内容要拆解到具体操作的每一步，少用术语，多用生活语言，让老年人直观理解AI能为“我”做什么。

分层教学，尊重差异。老年群体在数字素养、学习动机上存在显著差异，应构建阶梯式课程。比如，初阶课以科普法魅、基础操作为主，让老年人“敢用”；中阶课聚焦创意应用、场景深化，让老年人“会用”；高阶课侧重风险防范、批判思维，让老年人“善用”。同时，培育安全意识贯穿全学段，从不随意输入个人信息到识破AI合成诈骗，结合真实案例，深植防风险思维。

稳定陪伴，注重线下共学。老年人需要有始有终的学习旅程，而非“打一枪换一个地方”。可考虑推行“1+N”教学模式，即一位讲师带5至8名学员，确保每人都能即时解惑。教学团队应保持稳定，鼓励学得快的“种子学员”或退休教师任主讲，年轻人当助教提供技术兜底；课后发放大字版操作指南，课程视频随时可回看，建立班级群组、助教驻守答疑，使老年人时时可学、可问、可提高。

提升老年人AI素养也不能仅

依靠课程，还需全社会形成合力。政府和社区应将老年AI教育纳入基本公共文化服务，鼓励老年大学开设AI课，支持社区培育种子教师和共学社群。特别要关注城乡差异，农村老人许多仍困于没有智能手机或不会基础操作的“接人层”，需先补上“数字启蒙”课。学校、互联网平台及其他社会公益组织可联合开设老年人AI素养培训课、工作坊等，提供网络教学资源，推动适老AI教育普及发展。企业应摒弃赚快钱心态，开发适老惠老、价格透明、有安全保障的产品，将技术能力转化为社会福祉。

只有让AI课程成为跨越数字鸿沟的桥梁，老年人才能在持续学习中提升能力，扩大参与，银发经济才能从被动满足需求转向长期繁荣。全社会都应行动起来，提供有利环境和支撑，让老年人在数智时代真正被看见、被需要、守护好老年人学AI、用AI的动力和热情。这也是老年AI教育的时代价值。



## 新型网络“水军”犯罪手法

利用AI抓取热点，一键生成“黑稿”……近年来，网络“水军”犯罪呈现新动向，一些不法分子利用网络平台的算法逻辑，使用AI等技术故意炮制负面信息，操控海量“水军”账号同步炒作，借流量牟利。

新华社发朱慧卿作