

以“冷资源”撬动“热经济”

随着全国多地气温骤降，2025—2026年雪季徐徐拉开帷幕。从长白山麓到阿尔泰山脉，各大滑雪场陆续开板迎客，再次点燃了公众对冰雪运动的热情。相关研究报告显示，今年我国冰雪产业规模将突破万亿元。压雪车、滑雪板等冰雪装备升级换代，滑雪场、赛事运营等业态多点开花，不断催生新的冰雪消费需求，以“冷资源”撬动“热经济”，持续释放冰雪经济活力。

近年来，我国冰雪运动蓬勃发展，冰雪旅游不断升温，带动消费增长，赋能区域发展。《“十四五”体育发展规划》强调“实现冰雪运动跨越式发展”“促进冰雪产业全面升级”“以技术创新促产业升级，不断提升本土冰雪企业自主研发能力，面向国内外市场，打造冰雪产品高端品牌”。国务院办公厅印发的《关于以冰雪运动高质量发展激发冰雪经济活力的若干意见》提出，“到2027年，冰雪运动场地设施更加完善，服务水平显著提升，冰雪运动更加广泛开展，我国冰雪竞技国际竞争力进一步增强，冰雪经济总规模达到1.2万亿元”，旨在以冰雪运动为引领，带动冰雪文化、冰雪装备、冰雪旅游全产业链发展，推动冰雪经济成为新增长点。系列文件的出台，为我国冰雪经济发展提供了政策支持，标志着我国冰雪产业正在步入更为注重内涵、品质与可持续性的高质量发展轨道。

放眼全国，各地正积极探索各具特色的冰雪经济发展模式，呈现出百花齐放的蓬勃态势。传统冰雪强省如黑龙江、吉林，正致力于从“冰雪大省”向“冰雪强省”升级。其核心在

于“提质”，即不再局限于售卖资源，而是将哈尔滨冰雪大世界等经典项目向融合文化与科技的超级IP转型，并同步发展冰雪装备制造产业，通过提升服务品质与延伸产业链，实现价值的再造与跃升。新疆则立足阿勒泰“人类滑雪起源地”的世界级冰雪资源，采取“高举高打”的策略，致力于打造国际一流滑雪旅游目的地。该模式的独特性在于将顶级的滑雪体验与独特的民俗文化、壮丽的自然风光深度融合，从而塑造出难以复制的复合型旅游产品，实现资源价值的最大化。而在缺乏天然冰雪资源的南方地区，则通过科技赋能，乐享冰雪之美。城市商业中心建设起大型室内滑雪场，将冰雪运动从遥远的雪山“搬”进了都市生活圈。这种便捷的休闲娱乐模式，不仅成功打破了季节与地域的限制，也有效培育了初级滑雪者市场，创造了全新的消费增量。

产业链条延伸，激发上下游全方位活力。冰雪经济的“热”，不仅体现在滑雪场上人头攒动，更贯穿于一条日益完善和强大的产业链。消费端，“冰雪+”的融合业态不断推陈出新。从“跟着赛事去旅行”的体育旅游，到与温泉、民俗、美食相结合的度假产品，消费场景日益多元化、个性化。各大在线旅游平台数据显示，冰雪相关的酒店预订、旅游线路搜索量持续攀升，表明冰雪消费已成为冬季旅游市场的重要增长极。在产业端，本土冰雪装备制造产业不断崛起，不少地方积极打造冰雪装备产业集群，标志着冰雪产业正从“买装备”向“造装备”延伸，发展的根基也因此愈发坚实。

持续推动冰雪运动发展，更要在标准化建设、规范化管理、智慧化赋能等方面持续发力。一是加强人才培养，从专业的滑雪教练、雪场管理运营人员到高级压雪车司机，从雪场一线服务到后端运营管理的全链条人才培养体系都需完善，以确保服务的专业性与规范性。二是推动差异化竞争，在规划和产品设计上突出特色，打造个性化、精品化滑雪体验，推出“滑雪+民俗体验”“冰雪+林区康养”等组合产品，让游客在享受雪上乐趣的同时，感受独特的地域文化。三是坚持可持续发展，在发展冰雪经济的同时，坚持生态优先、绿色低碳的发展导向，构建全周期的生态保护与低碳运营体系，搭建智慧能源管理系统，实现能耗精准调控，将生态环境保护贯穿于冰雪经济发展全链条，筑牢绿色、低碳的生态底色，实现经济效益与生态效益的统一。

未来，更要大力推广普及群众性冰雪运动，让冰雪运动的热情之火越烧越旺。一方面推动冰雪运动进校园，开设常态化冰雪课程，配备专业教练与安全保障设施，让青少年从小接触并爱上冰雪运动；另一方面，推动数字化转型，利用大数据、人工智能等技术提升雪场运营效率和游客体验，如搭建智慧雪场管理平台、建设智能票务系统，开发VR滑雪教学系统等。此外，还可借助数字技术拓展冰雪经济边界，开发冰雪主题数字藏品、线上冰雪运动模拟器等衍生产品，实现“线上+线下”融合发展，进一步释放冰雪消费潜力。

陆利平（中国人民大学财政金融学院教授、博导）



近日，河南省政府办公厅印发《河南省支持微短剧产业高质量发展若干政策措施》，为微短剧产业发展量身定制一系列扶持举措，彰显出河南打造微短剧产业高地的决心。

首先，政策拿出“真金白银”鼓励生产精品力作。譬如，对获得主流荣誉或主流平台播放的作品给予10万到30万元不等的奖励。据了解，目前业内单部短剧制作成本普遍在几十万元，这样的背景下，河南省的诚意感人，在相当程度上激励从业者跳出“短平快”的流量逻辑，转向精品内容的深耕制作。

其次，扶持范围相对全面，覆盖了从内容创作到完善产业链条的15条举措，其中尤为注重培育产业生态。例如，明确“支持微短剧企业建设网络视听平台，对排名靠前的微短剧播出平台建设运营单位，将一次性奖励最高不超过300万元”；鼓励打造设备道具共享、公共配套齐全、拍摄场景丰富、运转服务高效的微短剧产业发展集聚区；强化人才引进保障，并为各类经营主体提供包括政策咨询、版权保护、金融支持等在内的“一站式”服务；等等。

种种扶持项目，传递了一个清晰的政策信号：微短剧有望成长为一个可持续、多层次、规模化的成熟产业，这将提振相关从业者深耕产业、长期投入的信心和能力。事实上，今年初国家广播电视总局已推出“微短剧+”行动计划，体现了“规范与发展并重”的思路，全方位推动微短剧行业健康前行。

长期以来，行业中确实存在“主流的不畅销，畅销的不体面”的尴尬局面。但不可否认，微短剧在传播上具有独特优势：接地气、懂网络、贴近生活。从早期的野蛮生长到如今的提质升级，人们已经逐渐感知到微短剧的竞争力。其传播场景正从单一的短视频平台延伸向长视频、社交平台乃至行业应用；出现了一些“叫好又叫座”的作品，社会评价也逐渐改观。“土味”“低质”的标签，媒介话语权与社会认可度都呈现显著增长……这些变化，正是行业从“风口”的无序竞争，转向“窗口”期有序发展的体现。

而要真正站稳“窗口期”，关键仍在于持续走向“精品化”。无论是剧本打磨、制作水准，还是审美表达，微短剧都需摆脱粗放模式，以精耕细作赢得观众尊重。事实上，媒介形态本身并非评判内容优劣的标准，篇幅长短也不等同于品质高低。唯有真正获得观众认可，它才能成为推动文艺创新、文化传播、产业赋能的有效载体。

如今，微短剧用户规模近7亿，已从小众娱乐成长为全民视听产品。站在结构的关键节点，更需要政策、平台与创作者共同把握机遇，对行业发展进行呵护培育，让微短剧不仅“短而快”，更能“短而精、短而美、短而深”。

光明网评论员

“体重立法”，让公共健康有法可依

经浙江省人大常委会批准，《杭州市全民健康促进条例》(以下简称“《条例》”)将于明年1月1日起正式施行。有人注意到,《条例》在“普及健康生活”这一章节中,专门突出了体重管理,通过多措并举、综合施策,促进居民科学管理体重。

于是,有网友调侃:“现在连体重都要立法管了?”但仔细一想就会发现,即使望文生义,也不可能把“全民健康促进”简单等同为“体重管理”。《条例》的目标是全方位、全生命周期保障全民健康,主要内容包括优化健康服务、完善健康保障、建设健康环境、普及健康生活、推行健康影响评估、发展健康产业、强化数智健康等七个方面。

舆论之所以会迅速聚焦到“体重”二字上,是一种复杂的情绪投射:既有调侃和自嘲,也有真实而具体的焦虑。

在追求个体生活质量的过程中,超重是一个绕不过去的话题。它一头连着个人形象和社交压力,另一头连着身体感受、疾病风险乃至未来的医疗账单。而肥胖人群的增加,带来的不只是个体层面的烦恼,从公共医疗支出、慢性病防控到劳动能力与人口健康结构,体重问题是公共健康必须正视的议题。今年全国两会期间,国家卫生健康委发布“体重管理年”活动方案,就是在向公众强调慢病防控前移的概念,将体重问题明确纳入公共健康治理的整体框架。在这样的背景下,地方立法将体重管理纳入其中并不突兀。

法律的真正着眼点,仍然是在公共环境和制

度的建设上,《条例》并没有要求居民“必须怎么吃、必须怎么瘦”,换句话说,不必担心立法是对个人生活方式管头管脚。它把重点放在营养状况监测、重点人群干预、营养师配置和培训,提高饮食决策的专业性上;通过低盐、低脂、低糖食品的生产、标识和专区设置,降低公众获取健康饮食信息的门槛,让选择更科学;在运动方面,《条例》着力解决的是“没地方运动、不会科学运动”的现实问题,通过完善全民健身设施、推动学校和高校体育场地开放,增加公共服务供给。同时,引入健康积分等激励机制,也体现了治理思路的转变——不再只靠提醒和说教,而是通过正向激励,引导公众自觉参与健康管理。

尽管个体是健康的第一责任人,但公共服务有没有为健康生活提供足够的制度支撑,才是法律要回应的问题。当然,现实挑战依然存在。《条例》能不能落地;专业资源能不能下沉;健康促进会不会异化为形式主义;公众会不会在“体重管理”的语境中产生新的压力等,都需要在执行中不断校准。

法律既不能超越私人生活,也不能在执行中走向空转;既要看到个体差异,也要守住公共责任。如果这部《条例》能够让人们的健康生活少一些焦虑、多一些支持,少一些被市场裹挟的盲目尝试,多一些可依赖的公共服务,少一些高昂的医疗开支、多一些高回报的健康投入,那么,这样的立法,也就真正走到了它该去的方向。 马青

图书盲盒,是惊喜还是“惊吓”?

从书店特制牛皮纸袋到直播间即时搭配,图书盲盒正在年轻人中掀起风潮。有人借此拓宽阅读边界,有人为情绪疗愈买单,也有书店靠它清空库存。图书又“火”起来了,这当然是一件好事,但也有人担心,图书盲盒会不会沦为“娱乐至死”的快消品,从而消解知识本身的重量?

这种担心并非多余。从一些新闻媒体的报道来看,尽管市场上的图书盲盒热度很高,但质量参差不齐,部分消费者拆盒后发现货不对板——“文学经典”变成“心灵鸡汤”,童书混搭菜谱,甚至还有残次品。如果商家为了快点把书卖出去,就让读者的期待变成失望,那么一时的销量不仅不可能让图书市场重新繁荣,反而还会影响整个行业的口碑和发展。

应该说,借助盲盒来卖书,作为一种营销手段本无可厚非。而且,积极拥抱互联网时代,通过各种方式走近更加年轻的消费群体,不失为图书行业求新求变的方向。但是,根本的问题仍在于,盲盒里图书的质量能否满足广大消费者、读者的需求?

具体地说,不管是出版社还是图书商、电商主播,在推出图书盲盒时,不能搞“大杂烩”,首先要了解自己面对的读者到底想读什么书。书可以随机拆,但门类不能乱,是经济类、社会类,还是历史类、文学类?至少要让读者心中有谱,选品上不能太随意,以免带给读者“惊吓”。

其次,就算是图书盲盒,也要讲究质量,不能因为是盲盒就随意侵权,更不能制粗滥造。另外,销售图书盲盒也不能成为设计“霸王条款”的借口,不能大搞“一经售出,概不退换”等操作,让消费者寒心;而应该尽可能地帮读者调换,让他们互通有无。有些书店在盲盒里面搭上滞销书,这么做并非不行,但前提是,这种做法要尊重消费者的知情权,得到他们的认可。

图书盲盒满足消费者的情绪价值很重要,但别忘了,书籍是文明的基因,不应成为商业博弈的筹码。当每一本书的品质都足够好,图书盲盒才能从营销噱头蜕变为阅读惊喜,让每一次盲盒的拆封成为读者与知识和文明的美好邂逅。 金宇

儿童社交功利化要不得

据媒体报道,一些儿童之间以电话手表为载体,正在形成某种特别的社交模式。他们熟练运用“扩列”“点主”等黑话,在每日3000个点赞的上限里追逐“百万大佬”的虚名。

按照工业和信息化部定义,儿童手表指供3周岁及以上、14周岁以下儿童使用的手表。儿童智能手表具备信息处理如通话、定位等功能,通常满足儿童特定需求。但如今一些家庭并非根据真实需求为孩子配备,而是受到了商业话术的蛊惑。

由点赞支撑的庞大社交圈子,以及由此所产生的沉迷,是一个由技术设计、商业利益、社会心理和监管缺失共同构成的系统性问题。它将成人世界的社交异化,以更直接的方式植入儿童的社交启蒙阶段。孩子们缺少正常的线下社交渠道,亲于交流不够,急于在“圈子”中得到认可,这种需求一旦被商业利益裹挟,很容易被过度激发,功利化的社交形成模式被固化后,直接影响孩子建立正常的社交心态。

面对被流量裹挟的功利化社交,必须高度警惕并及时介入。从技术设计来说,应当严格明确儿童手表的定位功能及基于基础功能的技术标准,不允许承载过多功能,包括以学习为包装的各种功能。如有必要的社交功能,则应当引入

“儿童利益优先”的设计伦理,用“合作型任务”“创意分享”“共同成长记录”等机制,替代公开比较和排行榜,促进积极、真实的互动。近日,强制性国家标准GB 46859—2025《儿童手表安全技术要求》公告批准发布,将于2027年1月1日起实施。但该标准更多涉及安全性保障,对功能部分“做减法”的要求涉及不多。市场监管应当加强对儿童手表内容抽测审核,并由教育部门对其功能内容进行专业评估,对与通话、定位无关的功能,应当严格加以限制。同时,内容过滤系统“该拦的拦不住,乱拦不该拦”的漏洞,以及品牌壁垒造成的“社交绑架”等问题,都应当有更加明确的技术标准。通过对儿童手表功能的管理,把住入口关。

更长远的是关注孩子的现实社交互动体系建设。在“手表社交”问题上,关键不是一刀切地禁止,而是对他们的理解和引导。家长要特别关注孩子的情感需求,而非仅仅关注其学业表现。要与孩子坦诚讨论点赞背后的逻辑,比如“为什么平台希望你不停地点赞”“真正的朋友应该是什么样的”同时要提供丰富的现实社交替代选择,帮助孩子在现实世界中建立深厚的友谊,获得真实的成就感和归属感。现实世界的有效社交,才是对数字化社交乱象的降维打击。 廖德凯

24小时“食物银行”,让城市善意永不打烊

近日,深圳福田区的24小时“食物银行”刷屏热搜,面包、果蔬等物资整齐陈列,低收入群体、残障人士等有需要者可免费取用。这个不设柜台、无需登记的暖心驿站,既解决了部分群体的燃眉之急,更照见了一座城市的文明底色与人文情怀。

深圳作为移民之城、创新之都,既有高楼林立的光鲜气象,也有奔波谋生的现实艰辛。低收入群体的一餐温饱、残障人士的日常所需,这些看似微小的民生诉求,恰恰是丈量城市文明的试金石。24小时“食物银行”的出现,精准对接了民生痛点,摒弃了复杂的中请流程与烦琐的身份核查,让有需要的人能体面地获取帮助,感受到润物细无声的温暖关怀。

善意的珍贵,在于不分你我、不问出处。“食物

银行”里的物资,或是超市临期未售的生鲜,或是企业批量捐赠的食品,或是普通市民自发投送的爱心。这些物资经由上述平台实现物尽其用,更完成了一场善意的接力。捐赠者的举手之劳,化作受助者眼里的雪中送炭,跨越职业与身份的界限,让城市里的陌生人产生温暖的联结。

这份不打烊的温暖,更彰显着现代公益的价值内核。24小时“食物银行”打破了传统公益单向给予的模式,构建起人人共享的共生生态,让公益从少数人的奉献变成多数人的自觉行动。企业主动对接提供长期物资支持,志愿者定期整理货架、补充物资,相关部门做好监管保障食品安全,每个人都能以自己的方式参与其中。这种低门槛、高参与度的公益模式,让善意如滚雪球

般越积越大,推动着城市文明不断向上向好。而按需取用模式,远不止于解决温饱,更在于让民生关怀触手可及,充分赋予受助者尊严。

让温暖延续,安全底线必须筑牢。食品的安全与新鲜,是“食物银行”的生命线。相关部门应建立严格的物资筛选、储存、轮换机制,明确捐赠物资的保质期标准,定期开展卫生检查,确保受助者吃得放心、用得安心。同时,可引入溯源系统,让捐赠物资来源可查、去向可追,杜绝不合格食品流入。

公益事业不能依赖一时的热情,亟待制度化的支撑。这需要政府一方面牵头统筹,整合民政、市场监管、城管等多方资源,为类似创新善举提供场地支持、资金补贴、安全监管等服务;另一

方,则需建立长效机制,让“食物银行”成为城市文明的一道风景线。在效率被无限推崇的今天,这句流行语映照出人们对理想生活节奏与失控现实之间落差

的集体自嘲。无论是大学生考前立下的“从从容容”誓言与考后的“连滚带爬”,还是打工人在周一信誓旦旦地要做时间的主人,到周五只能瘫在工位上感慨“爬都爬不利索”,这种“拿自己开涮”的调侃,都能让我们在用幽默消解压力的同时感受到相互劝慰的温暖,进而获得继续前行的力量。

从这个角度看,年度流行语绝非转瞬即逝的

网络泡沫,而更像是一个灵敏的社会心境探测仪,实时捕捉并呈现着集体情绪。“从从容容”与“匆匆忙忙”的并置,恰如其分地映照出在高效运转的社会中,个体对于平衡、健康生活方式的深

切向往。这种渴望与社会上逐渐兴起的对“活人感”的呼唤遥相呼应,体现了对不完美却自然、鲜活生活的追求。

十大流行语的评选,体现了社会学价值与语言学价值并重的原则。今年入选的一系列流行语,不仅在结构的建构承载了普遍的社会情绪,其传播过程本身也体现了语言背后的文化交流和认同价值,成为连接网民情感的独特纽带。“从从容容、游刃有余、匆匆忙忙、连滚带爬”与体现科技前沿的“具身智能”、反映经济形态的“数字游民”,以及勾勒文化现象的“苏超”等词汇一起,

共同描绘了这个时代的模样:我们既热烈迎接着智能时代的深刻变革,也愈发珍视那些质朴的人情味和属于自我的生活节奏。

语言的细流始终在社会的土壤蜿蜒前行,每一个被广泛接纳并使用的流行语,都是大众创造性表达的结晶。当“从从容容、游刃有余、匆匆忙忙、连滚带爬”衍生出无数跟生活息息相关的梗时,它或许在提醒我们,在追逐效率的同时,为内心的从容多留一些空间,让生活的脚步在必要的时刻稍微慢下来一点,找到一丝属于自己的确定性与安宁。 王沛睿

2025年,你是从从容容还是连滚带爬?