本期热评 >> 老 穆

垃圾不落地 全民齐努力

春节期间，市政府办动员各单位、各家银行及文创单位，在大同古城开展“垃圾不落地 大同更美丽”主题宣传活动，倡导市民和游客共同爱护古城环境，努力维护“美丽大同”良好名片。

2月4日，市政府办联合多家单位，在华严广场、纯阳宫广场、九龙壁景区、东南邑步行街以及柴市角等处，发放了5万余个一次性环保垃圾袋，以此提升大家的环境保护意识。

同日，市城市管理局机关及下属事业单位的280余名志愿者分成多个小组，深入古城大街小巷，手持垃圾袋与垃圾夹，认真细致地清理烟头、纸屑等各类垃圾。志愿者们还为游客发放垃圾袋，并热情讲解爱护环境的重要性，引导大家将垃圾妥善处理，让文明旅游成为一种习惯。

2月11日、12日，市文旅集团在古都灯会核心区域免费发放2万个定制环保垃圾袋，并在灯会核心区域为游客提供环保知识讲解和即时清洁服务。

春节期间，身穿红马甲、蓝马甲的志愿者们活跃在善化寺、华严寺、小石子村等景区景点，为游客提供贴心服务的同时，积极维护景区环境。

志愿者们向市民、游客宣传环保知识，并发放便携式垃圾袋，倡导文明旅游从身边小事做起，实现古城“垃圾不落地”。针对吸烟的游客，志愿者还发放便携式烟灰缸，引导大家随手把烟头放入其中，杜绝随意丢弃烟头不文明行为。他们还想出了维护景区卫生的小技巧，在服务点设置垃圾桶，方便垃圾临时存放。一些距离服务点较远的志愿者，口袋里总是装着一个塑料袋，随时准备捡拾垃圾。

“垃圾不落地，大同更美丽”，从宣传动员到街头践行，方方面面行动起来，成为创建文明城市、建设美丽大同的亮丽风景线。

垃圾不落地，是市民文明素质的体现，是提升城市形象的需要，从小事做起，让古都大同在环境之美与人文之美的交相辉映中绽放新时代光彩。

美丽大同，需要全民守护；文明城市，要靠全民创建。发放垃圾袋，带头捡垃圾，倡导清洁，宣传环保……由一件件具体小事影响带动全民身体力行，不仅有助于保持城市整洁，也会在潜移默化中提升公众文明素养。

这是一个良好的开端，要真正实现“垃圾不落地”，还需要全体市民共同努力。一方面，我们要养成良好卫生习惯，将环保意识融入日常生活的点点滴滴，无论是在家中还是在户外，都要做到垃圾入袋、入桶。另一方面，应持续加强宣传引导，多形式、常态化普及环保知识，提高公众思想认识，增强主人翁意识，让“垃圾不落地”成为每个人的自觉行为。

让我们行动起来，从自身做起，从小节做起，共同为“垃圾不落地，大同更美丽”贡献力量。

有感而发 >> 魏冬妮

顺应节日新趋势 激发消费新活力

春节假期，大同消费市场热度持续攀升，商圈促销点燃购物热情、以旧换新释放消费潜力、餐饮消费增强节日氛围、文旅融合丰富年味体验、名优农产品借“网”出圈……呈现出一幅“年味浓、消费热、活力足”的节日市场图景。

从“吃得饱”到“吃得好”，再到“玩得好”，如今的春节除了延续贴春联、包饺子等传统习俗，各地丰富多彩的文化活动、繁荣有序的文旅市场，不断推进新型消费，让市民游客感受到古都浓浓的年味，也让更多人共同见证一个充满活力、热气腾腾的大同。

春节消费市场升温，反映在吃、住、行等各个方面。据市文旅部门的数据统计，春节假期，我市纳入重点监测的6家景区（5家正常开放）累计接待游客96.66万人次，实现门票收入2432.88万元。不仅带动地方特色餐饮店的一桌难求，也让名优农产品借“网”出圈，同时，在政策的有力加持下，文化消费、消费品以旧换新也成为一大亮点……

随着新型消费蓬勃发展，消费环境持续优化，春节消费日益呈现出新趋势、新亮点，这是人们生活水平改善、生活方式和消费理念转变的体现，也是我市文旅产业发展稳步推进、经济社会高质量发展的结果。

如同更迭变化的年货一样，庆贺新春的方式也在时代洪流中不断推陈出新。顺应发展趋势，丰富市场供给，创新消费场景，激发消费潜能，定能更好满足人民群众对美好生活的向往，让我市的消费市场持续“热气腾腾”、活力更足。

诗画同评

赵春青/画 穆 亮/诗

代管压岁钱？

因为压岁钱被家长拿走，竟有孩子报了警。据澎湃新闻报道，近日，甘肃兰州一孩子因不满压岁钱被父亲强行代管，报警称“有坏人抢钱”，民警到场后才发现是父子纠纷。最终，经民警调解与教育后，父子重归于好。

孩子压岁钱被家长“代管”，这种事可谓很普遍，但由此闹出争执甚至报警，就体现出两代人的观念冲突。

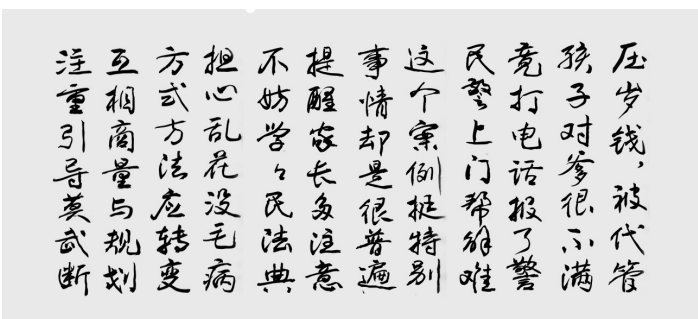
现在很多家长都是80后、90后，不少人也是从自己的压岁钱被家长“代管”的阶段过来的，于是习惯性认为，孩子的压岁钱就应该交给家长，就应当是家庭共同财产。

而依据我国民法典，8周岁以上未成年人的压岁钱属于赠与财产，父母仅拥有代管权限，而非所有权。当然，不少家长是怕孩子乱花才进行代管。

针对这种情形，可以与孩子商量、规划用途，在日常生活的点点滴滴中开展财商教育，而非简单粗暴地占有、支配。

在法治意识渗入生活方方面面的当下，此类事件实际上给我们提了个醒，很多观念应当与时俱进、与法俱进。

文图据中工网



有话直说 >> 李君强

以政策创新 更好促消费

换新车、买家电、装新房……春节假期是传统消费旺季，叠加“两新”政策加力扩围，进一步拉升消费热度，彰显我国超大规模市场的巨大潜力和强劲动能。

消费旺盛，既是因为以旧换新家电补贴由原来的8类扩充至12类，净水器、洗碗机等产品首次纳入补贴范围，更是因为购新也可以获得补贴。落实《手机、平板、智能手表（手环）购新补贴实施方案》，各地陆续实施手机等数码产品购新补贴，按产品最终销售价格给予补贴，每件最高可享500元。

激活消费，就得更了解消费者需求。从过去的“以旧换新”到如今的“购新补贴”，消费刺激政策不断聚焦民生实际，让老百姓感受到更多实惠。手机等数码产品普及广、单价高、更新快，是信息时代家家户户的必需品。新政策不以“交旧”为前提，体现人性化设计，顺应群众期待，降低消费门槛，有效提升了“用户体验”，让消费者更加舒心、放心。

进一步释放消费需求，也有利于深化供给侧结构性改革。手机、家电等电子产品零部件多、产业链长，政策刺激促进销量增长，为消费电子行业创造新的市场增量，带动消费电子全产业链实现规模增长、协同创新、换代升级。既促消费又利生产，既满足人民美好生活需要又推动产业升级，可谓“一举多得”。

加力扩围实施“两新”政策，需要继续加强央地协同，共同营造良好政策实施环境。可以继续简化补贴流程，线上线下协同，让更多消费者清楚了解政策、方便享受补贴。经营主体参与补贴活动，要诚信守法经营，不能变相涨价、以次充好、以旧充新。监管部门要加强资金监管，确保补贴资金公平发放，严惩套取补贴的违法行为，切实维护市场秩序。把服务送到百姓家门口，助力群众安心消费、轻松消费，方能让好政策更好落地显效。

据人民网

一针见血 >> 默 达

写错别字的“小哪吒”仍需成长

“小哪吒”最近遇到了一些磕磕绊绊。部分细心的网友在观看《哪吒2》时发现，电影字幕中存在部分错别字，比如“休养几日”被打成“修养几日”，“魂飞魄散”被错写为“魂飞破散”等。一些观众认为，电影质量足够优秀，瑕不掩瑜，没必要吹毛求疵；更多观众则表示，作为一款公共文化精品，需要精益求精，避免对观众产生不良影响。

写出错别字是客观事实，应该反思并改正。现在想来，可能是语音转字幕的过程中出现失误，也可能是后期校对存在马虎。网友们反复观看，就细节争论不休，也变相反映出期待确实很高，希望它不仅在票房数据上“力压群雄”，更要在内容质量上竖起“新标杆”。最近《哪吒2》乘风出海赢得好评，《哪吒3》被分析猜测、被网友“催更”，其文化属性在无形之中被不断强调，这对年轻的导演和剧组而言，是动力也是压力。

如何看待网友口中的“瑕不掩瑜”？电影中哪吒的成长经历或许能给我们很多启示：他生来便是“魔丸”，身上有着太多的瑕疵和顽劣，但这并不妨碍他有一颗敢于担当的心；父母也了解他的缺陷，将他托付给太乙真人照料管教，但却从未讨厌这个孩子，而是拼尽全力保护他。在看待《哪吒2》这部电影时，许多观众朋友有着类似的心情——像是在看待自己的孩子，千叮咛、万嘱咐，嘴上的管教没停过，其实是希望他能弥补身上的不足，成为更好的自己；而在亲戚朋友面前，被陌生人问起来，则总希望多夸几句好话，甚至担心外人的评价伤了“吒儿”的心。

更进一步来看，哪吒其实是近年来中国动画中少见的“缺陷美”主角，是“成长型”的榜样。在陈塘关遇到危险时，哪吒挺身而出，各路百姓含泪相送，曾经的“伏魔帮”也变成了“哪吒帮”；但当陈塘关的百姓展现出超乎寻常的热情时，他也能听得出真心话和违心话，从未给自己邀功贴金，只是希望父母“再陪他踢一次毽子”。哪吒具备反叛精神，却也在不断变得理性成熟，作为观众，我们也理当如此，一切的褒扬或是批评都应基于事实，为“吒儿”留下反思和成长的空间。

《哪吒2》创造了中国影史乃至世界动画电影历史的新纪录，被给予了从未有过的赞誉和期待，越是被捧上高台，越要警惕“飘飘然”。所幸，制片方并未忘记初心，在电影上映后将更多的精力用在回馈观众和下一步的海外推广上。如今借错别字之争为制片方和导演组敲一敲警钟，让粉丝群体和舆论声音冷静冷静，并不是一件坏事。我们期待“小哪吒”认真倾听批评的声音，及时回应舆论的质疑，百尺竿头更进一步，用更优秀的作品回馈观众的喜爱。

据中工网