

学生远离社交媒体，倡议得好

张立美

据潮新闻报道，日前，杭州二中白马湖学校向全体师生发出一封《关于合理使用社交媒体倡议书》，建议同学们在16周岁之前，尽量远离社交媒体，不注册社交账号。

这个倡议乍一听有些严苛，仍然是因嗜废食的做法，但从有利于青少年健康成长角度来看，学校倡议学生16周岁之前远离社交媒体，不注册社交账号，绝不是小题大做，也不是因嗜废食，而是一种基于青少年成长特点的理性抉择，是对青少年成长深切关怀与周全考量后的郑重呼吁，更是对青少年成长高度负责的体现。

众所周知，社交媒体犹如一把双刃剑，对青少年来说尤为如此。一方面，社交媒体以其强大的信息传播力、便捷的社交连接性以及丰富的娱乐功能，可以帮助青少年获取重要信息，找到志趣相投的朋友，增加同伴互动的机会，发展社会关系，并创造一个自我表达的空间，在一定程度上还可以缓解和释放压力。

但另一方面，青少年正处于身心快速发展、价值观念逐渐成型的关键时期，心智尚未成熟，认知能力、自我控制能力以及辨别是非的能力都还相对薄弱。如果过度使用社交媒体，深陷其中，不仅会花费大量时间，分散学习精力，影响学业，而且极易被社交平台上复杂的信息所干扰、误导，甚至有可能将自身陷入社交媒体风险之中，招致网暴，严重影响身心健康。《未成年人网络权益保护及安全满意度调查报告》显示，超半数受访未成年人表示在自己身边发生过网络暴力，近三成在遭遇网络暴力后会感到情绪低落、抑郁，也有三成多表示参与过与网络暴力行为相关的活动。

学校有责任和义务为学生营造一个积极健康的成长环境。学校倡议学生16周岁之前远离社交媒体，不注册社交账号，并非是要将青少年与网络时代、现代科技完全隔绝，而是在他们还不具备足够抵御网络社交媒体风险能力的时候，为他们遮风挡雨，给予适当的保护和引导，进而为他们未来更好地融入网络社会、合理利用社交媒体奠定坚实基础。

需指出的是，青少年16周岁之前可以使用网络，只是不倡导使用社交媒体。年满16周岁之后，在具备一定的心理成熟度与自控能力时，再谨慎使用社交媒体，更有利于趋利避害。就在上月底，澳大利亚联邦议会参议院投票通过一法案，禁止该国16岁以下未成年人使用社交媒体，违反的社交平台将面临最高5000万澳元的罚款。

事实上，无论学校是否倡议学生16周岁之前远离社交媒体，家庭和社会都须高度重视社交媒体对青少年的负面影响。家长要加强对孩子的陪伴与监督，关注孩子的网络使用情况，帮助孩子把关筛选网络内容。社会要净化网络环境，加强对社交媒体内容的监管与规范，特别是平台要严格落实青少年模式，自觉进行内容分级，主动将不良信息与青少年隔离开来。

与全世界共享“春节快乐”

张萍

来，中国人庆祝传统新年的实践过程未曾断绝，春节寄托了中国人特有的入伦情感、家国情怀，成为赓续不绝、历久弥新的文化符号。

在全球化文化传播浪潮中，春节不仅是中国人辞旧迎新、祈福纳祥的重要日子，也成为中华文化的一个重要IP。据不完全统计，超过20个国家和地区把春节定为法定节假日，全球约五分之一人口都在以不同形式庆祝春节。2023年12月，第78届联合国大会协商一致通过决议，将春节(农历新年)确定为联合国假日。贴春联、放鞭炮、舞狮子……现在在很多海外地区的春节年味相当浓，不输国内。这种跨文化的互动说明春节已成为凝聚华人文化、强化民族认同的重要时刻，成为被世界普遍接受、认同和欣赏的中华文化符号。春节申遗成功和在世界范围内的传播、

受到的认可，是中华文化走出去的优秀案例，映射着中华文明必将继续在促进人类可持续发展中发挥重要作用。春节所蕴含的宇宙观、人生观、世界观、价值观，它所表现的人与自然、人与时间、人与人之间的和谐关系，具有强烈的现实观照和心灵慰藉意义，对于构建一个更美好的世界，能够起到正面的促进作用。从这个意义上说，春节既是中国的，也是世界的。

据统计，全球已有超过580项文化遗产被列入非物质文化遗产名录，其中中国的非物质文化遗产项目总数居世界第一，达到44项。这一成就的取得，离不开中国对优秀传统文化的重视和对非物质文化遗产不遗余力的保护，这种努力不可或缺。毋庸讳言，在世界舞台上，文化的交流和竞争总是同时发生

着。去年，少数西方人刻意用“Lunar New Year”(阴历新年)代替“Chinese New Year”(中国新年)引起的风波，就是例证。通过申遗，在制度框架内消弭争议，有助于达成共识，将更多精力放在文化和文明的交流互鉴上，也为我们更好地理解和做好文化遗产保护提供了新视角。

还有一个多月，乙巳蛇年春节就要到了。在评审会议现场，中国代表向各国朋友发出邀约：“欢迎大家到中国体验丰富多彩的春节文化。”在这个饱蕴祝福的传统节日，把喜庆和谐的文化体验带给世界，中国人邀请世界各国朋友共享春节快乐的心，是真挚的、朴素的。希望申遗成功成为一个新起点，让春节架起一座连接中国与世界、现在与未来的文化桥梁。

中国新闻名专栏 之江观察

北京时间12月4日，中国申报的“春节——中国人庆祝传统新年的社会实践”在巴拉圭亚松森举行的联合国教科文组织保护非物质文化遗产政府间委员会第19届常会上通过评审，列入联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录。

“百节年为首，四季春为先”。春节是中国传统节日中最隆重、最正式，也是最喜庆的节日。民间把春节叫过年，年的形成源于古人对季节、收成、天象、历法认识的集成，是农耕文明的重要文化果实。甲骨文中就有“年”字，字形如同人背着禾，象征着丰收。几千年

模仿秀的界限在哪里

伍里川

12月5日，某直播平台一位网络女主播，因模仿中国知名田径运动员吴艳妮而引发热议。在直播间，只要观众刷够相应金额的礼物，便能解锁对应的专属表演。由于她与吴艳妮的长相颇有几分相似，吸睛度不可小觑。当天，该话题一度冲上热搜榜第一。也有消息说，该账号已被禁止发布作品。

对此，不少网友表示，这种行为极其不尊重运动员本人。也有网友认为，很多知名运动员都被人争相模仿，模仿吴艳妮很正常。那么，模仿运动员标志性动作是否违规？模仿秀的界限在哪里？

观察这一事件，离不开道德和法理两个层面。一般而言，人们在日常生活中模仿明星标志性动作，是常见的，这种模仿也不会受到人们的谴责。两年前，北京一高考考生走出考场后模仿C罗标志性庆祝动作也曾引发关注。这样的模仿并没有丑化明星，而是一种正常的传播和学习行为。

而从法理层面来看，法律界人士指出，如果未经明星授权，在商业活动中模仿明星标志性动作以吸引关注、获取利益，则可能构成侵犯明星的肖像权、著作权。在直播间以模仿吴艳妮而吸引打赏和刷礼物，这种行

为确实游走在法律边缘。公众对此有异见，是社会观念的折射，而假如明星本人对此说“不”，甚至采取更严厉措施，那模仿者就会“摊上事”。

明星对于模仿者的行为表示不满的例子并不鲜见。王宝强就曾警告过模仿者“王宝弱”；而汪峰也曾起诉与自己造型十分相似的歌手丁勇，认为对方侵犯姓名权、肖像权，并索赔50万元。当然，模仿者得到明星“本尊”肯定的例子也有，例如汪涵的模仿者张强。其实，很多公众人物对模仿者往往表现出包容的一面，除非对方超出了界限。例如，某模仿者以山寨明星名义，做起合影一次100元的生意，遭到明星本人警告后不得不道歉。

客观而言，“山寨明星”现象早已商业化、产业化，这中间暴露出的不规范模仿、误导、欺诈等现象，确实是对相关监管部门的新考验。进一步加快制定和完善相关法律法规，进而针对乱象加以深度治理，全方位呵护公民合法权益，可谓十分迫切。

当然，对于一些无涉商业伦理也未侵犯明星权益的模仿行为，不妨多一点宽容，少一点“过激”。也应该看到，模仿秀不可能都是完美无瑕的，有些模仿行为颇为粗糙、稚嫩，但并无恶意，对此，当保持一份轻松，不必苛责。

画中话



合法解雇

重庆某公司员工因值班时间上厕所被解雇而引发劳动争议，法院认定该员工违反双方签订的《救生员安全责任书》关于“救生员在值班时间内临时离开须请不在岗救生员负责看护”的规定，不属于违法解除。救生员、消防员等岗位，即使短暂离岗也可能导致严重的后果，甚至危及公共安全。因此，该公司制定严格的规章制度，无可厚非。

王成喜 作

·资讯·

时间，标注历史的方位。作为中国数字营销领域首家国有相对控股混合所有制的主板上市集团，浙文互联混改试点的成功样本成为各方关注的焦点。

数字，定义时代的坐标。作为浙江省文投集团数字文化产业主平台，浙文互联“始于营销，不止于营销”，致力于成为数字营销、数字文化双领军企业，将企业发展战略与“数字浙江”发展战略同频共振。

“可以说，浙文互联不仅开拓了文化领域再融资创新模式的先河，更是‘全省乃至全国混改企业明星标杆’。”正如浙文互联集团董事长兼首席执行官唐颖所言，浙文互联依托国资股东浙江文投的赋能，肩负起混合所有制改革标杆的时代使命，以“势”求“变”、以“数”增“质”，探索新时代数字文化产业的创新与升级之路。

以“势”求“变” “混改”迈出实质性步伐

2024年12月3日，《浙江省人民代表大会常务委员会关于省属国有企业产业结构优化调整情况报告的决议》对外公布：大力推动省属国有企业之间重组整合，采用强强联合、拆分重组、混合参股等多种整合方式，推进资源和要素向优势企业、头部企业和上市公司集中，将更多资本投向重点战略领域。

浙文互联与浙江文投的牵手始于4年前——2020年12月，战略引入以浙江省文化产业投资集团有限公司为代表的国资新股东；2021年，在股东和团队的共同努力下，将公司从山东迁址

到浙江杭州，迈入国资控股时代；2023年，浙江文投作为公司控股股东推进8亿元定增，巩固控股权得到进一步增强，至此浙文互联与浙江文投完成更深度地绑定。

“双向奔赴”，也为进一步健全公司治理结构创造了条件。目前，浙文互联形成以党委会、董事会、监事会与管理层相结合的“三会一层”的管理架构。浙江文投根据相对控股的机制，梳理了国有相对控股企业的管控模式，公司治理变得愈加完善和稳健。

“混改”被唐颖视为浙文互联得天独厚行业优势，国资股东的规范治理和机制优势，与浙文互联一流团队的创新优势相结合，“双翼”加持，实现企业治理的现代化和经营机制的市场化。

如何进一步打好“混改”这张牌？唐颖说道，一方面，公司与浙江文投各板块下丰富的文旅、文创等项目资源，如浙江文化产业交易所，进行从业务到资本的深度合作，形成产业链协同效应；另一方面，用好国资的合规以及风险控制能力，规避业务风险，确保公司在经济周期中能够走得 longer 更远。

“国有混改企业只有将国有企业和民营企业优势发挥出来，才能合则两利。”唐颖强调。

“同时，浙江文投‘真金白银’的8亿元增资，有效补充了公司的运营资

浙文互联以“数”增“质”谋创变

探索数字文化升级之路

刘晨茵

金，加速其业务建设和市场开拓，扩大品牌竞争力和影响力。”唐颖介绍，近年来，浙文互联毛利率、现金流等指标持续向好，为下一步的跨越式发展形成强大的助力。

“通过引入具有协同效应和领先优势的国资股东，经过约4年的运转和探索，公司的治理结构、团队架构、战略愿景、业务布局都得以进一步清晰。”唐颖介绍，作为营销行业百亿俱乐部的浙文互联，正在从“单兵种”模式，向“集团军”模式迈出实质性步伐。

以“数”增“质” 开启数字文化生态建设

在新一轮技术变革、行业变革和国家文化数字化战略背景下，浙文互联作为浙江文投旗下数字文化科技主平台，也承担着深化改革攻坚中的突破和先导作用。

为满足这一更高使命和更高期待，浙文互联选择了一条从数字营销到智慧营销，再到数字文化科技生态建设的发展之路。

“在这4年的探索中，我们在完成混改结构调整的同时，也为升级数字文化科技公司夯实‘底座’。”唐颖表示，公司积极探索创新赛道机会，致力于深入实施数字营销提质增效工程和数字文

化创新突破工程，并借助AI等前沿科技打造第二增长曲线。

在构建智慧内容生态方面，以“内容+技术+运营”为核心，推进文化数字化新产品开发、沉浸式数字空间打造、文化和文旅新IP塑造及运营等多种数字文化创新展现形式和交互体验场景的建设。

在外延运营模式方面，通过战略投资国内首个文化数字资产交易试点平台——浙江文化产权交易所，进行数字文化产业链的延展和业务整合，依托浙江文交所渠道优势，全面推进数字文化资产运营，实现从创建到应用、到交易流通，推动增值闭环，进一步实现数字文化与数字资产的丰富性。

在深化产业链协同方面，推进与浙江文投及优质合作伙伴的数字文化产业链整合，构建链主价值，锻造B端领先地位，着力拓展C端市场。

不仅如此，在出海业务方面，浙文互联取得实质性进展。面向东南亚市场的海外游戏、面向北美市场的海外社交等取得丰硕成果，今年还助力国内某头部汽车品牌成功开拓泰国市场。未来，浙文互联还将发挥数字文化时间与空间的无界特性，积极探索文化出海新范式，讲好中国故事，选择优质中国传统文化IP进行海外推广，搭建有影响、传播力的社交媒体矩阵等。

“浙文互联肩负着文投集团数字文化板块‘强链、拓链’的重要使命任务。在五年规划的指导下，公司需要全面拥抱AI技术，借势新技术发展新业务、新业态、新模式，将科技与文化的融合落到实处。”唐颖进一步表示。

目前，浙文互联所研发的AIGC应用工具已在北京现代、长安深蓝、理想汽车、比亚迪汽车等客户的服务中实现商业化应用。其中，文生文产品“HOT TOPIC”(热点话题)累计跟踪热点90余个，生成文章6800余篇，平均每个热点

响应时间仅为15分钟，为品牌方贡献阅读量超过5000万；AI视频产品“视频千创”已经累计制作视频1800余段；而“好奇小蓝书”多模态知识库，涵盖营销传播的专业知识、专家智库观点、多年沉淀的内容数据、传播热点等内容，保障了系列AIGC应用更加“好”用。

过去一年，浙文互联围绕数字文化做了很多部署，在业务形态上也进行了丰富拓展，形成不少“点”的突破。唐颖表示：“接下来我们也会考虑做赛道的延深和产业链的拓宽，点成线、线成面，争取不断深化改革。”

“未来，通过前沿技术的加持，围绕‘文化+科技’锻造数字文化板块实力。”唐颖说，浙文互联正在打造数字文化链主企业生态，前瞻性布局高景气赛道，加快浙文互联品牌重塑，从根本上改变公司气质与格局，努力为浙江文化强省建设作出新的贡献。”



浙文互联公司大堂 (图片由浙文互联提供)

临海上盘镇：“帮农客”开启乡村振兴新局面

金晨 吴晓迪

“大家看，只要在手机上点一点，不仅可以控制温度，还能实现自动浇水、施肥、打药。”正值冬春西兰花产销旺季，在台州临海市上盘镇西兰花共富工坊，盛绿果蔬专业合作社负责人陈学仇作为“帮农客”，正在给种植大户普及多款智慧农业黑科技设备及技术。

临海有着“中国西兰花之乡”的美誉，作为主产区的上盘镇活跃着65家西兰花合作社，近年来，该镇立足乡村特色、深挖资源禀赋，因地制宜打造了5家西兰花共富工坊，加快推进西兰花

交易一条街和展览馆建设，并孵化熟悉村风民情、关注市场行情、拥有人脉资源的“帮农客”，作为工坊“职业经理人”推动产业转型升级、村庄共富。

陈学仇便是其一。年过半百的他依旧穿梭在各地学习前沿农业知识，先后投入4000多万元建起了占地11000平方米的数字农业工厂，配备环境控制中心、播种流水线、产后商品化处理流水线等，从“凭借经验”转变为“依靠数据”，从“人力亲为”转变为“远程控制”，带头实现了西兰花产业全年不间断育苗，率先掀起了工坊“造血行动”。

陈学仇将自家温室大棚作为示范点，邀请农户现场观摩并耐心传授经验，在他的指导下，农户纷纷带着新技术去安徽、山东等地错峰种植，近年来足迹覆盖近10个省份，让这一季花开出全年果。

眼下，共富工坊在临海城乡遍地盛开，已从单一的来料加工型走向多元，形成了农旅融合、电商直播、产业赋能等6大类。在上盘镇誉博共富工坊，是另一片生机勃勃景象。工人正手脚麻利地将一副副眼镜打包装箱，这些眼镜将搭乘“电商快车”进入千家

万户。

小镇眼镜如何跨越山海“卖全球”？答案就在工坊直播间内。“我们这款太阳镜镜框镜腿都是钛合金材质，适合所有脸型佩戴，喜欢的家人们可以拍下。”00后“帮农客”金亚妮化身带货主播，为本地眼镜产品代言。2022年毕业后，金亚妮回乡从事眼镜接单、配货等工作，渐渐地她发现大时候工人在“等订单”，于是她决定改变现状，尝试直播带货“跑订单”。

带货有门槛，如何开通商品橱窗？如何吸引消费者？得知群众需求，上盘

镇着手搭建新阵地，打造“镇街服务中心+村企培训点”技能平台，探索工学交替、导师进坊、企人研修模块化培养形式。

金亚妮主动报名电商人才培训班，通过系统学习和实操，短短一年时间，直播间眼镜日销量高达1000副。如今，她作为新晋“帮农客”在工坊定期授课，受她的影响，上盘镇“草根电商”大军规模化涌现，大家通过工坊互相分享带货技巧，合力打开眼镜销路，带动各类眼镜销售50余万元。

小工坊孕育大产业。伴随工坊迭

代升级，“帮农客”团队也在扩容提质，上盘镇创新“三级包联”制度，即1名镇街领导带班成员、1名驻村干部、1名村社干部联系1个“共富工坊”，“一坊一策”开展帮扶指导。

在党建引领下，上盘镇党代表、农村工作指导员、科技特派员、“三师”助企员等力量也在不断加入，打出了“项目带农、政策惠农、金融惠农、产业富农”四位一体的帮农实招，还帮助工坊解决产品销路、劳务用工、法律维权等各类问题，成为当地乡村振兴路上的有力助手。