



博物馆很“热”！何必远方

“家门口的博物馆”打出本土IP牌

■汪蕾 何俐璇

博物馆游真的火了！最新一则与其相关的新闻，是新华社的《倒卖国博门票，9人被警方处理》，起因是免费或平价、采用“实名制”预约的博物馆门票，比演唱会门票还火，“黄牛”竟以此衍生出高价代抢业务。为此，国家文物局在日前特发通知，就博物馆暑期等节假日开放服务提出要求，提出重点、热门场馆应根据实际情况适当延长开放时间。

博物馆门票为何如此“火爆”？远方的博物馆“一票难求”，“家门口的博物馆”有何动作？流量如何？

“博物馆热”背后，是年轻人与传统文化的双向奔赴

“现在的博物馆门票，快比演唱会门票都难抢了。”2004年出生的刘泓是一名中文专业的大学生。从小学起，父母就喜欢带着她参观各地博物馆，了解历史与文化，受此熏陶，博物馆成了她旅游必打卡的目的地。“上大学后，我发现全国各地都掀起了‘博物馆热’，特别是一些相对热门的博物馆，比如故宫博物馆、中国国家博物馆、陕西历史博物馆、南京博

物院，不仅是旅游旺季，平时周末也一票难求。”

今年暑期，刘泓准备打卡的是西南地区最大的综合性博物馆四川博物院，为此她提前了将近一个月预约。

刘泓的感受在数据中也得到印证。今年“五一”假期，据国家文物局不完全统计，全国6000多家博物馆共接待游客超5000万人次，达历史同期最高水平。

某短视频平台《2023博物馆数据报告》显示，00后中爱看博物馆相关视频的人，相较其他年龄占比更大。

博物馆越来越受到年轻人的青睐，社交媒体上，越来越多年轻人分享打卡博物馆的体验。线下打卡展览、线上云逛博物馆成为年轻人的一种休闲、社交、生活方式。为何双方能够实现一场“双向奔赴”？

作为博物馆的忠实追捧

者，武义女孩小梦绘制了一张博物馆打卡地图，计划一站一站实现，目前，她参观游览了国内十余个博物馆。小梦认为，博物馆是历史的保存者、记录者和见证者，是连接过去、现在、未来的桥梁，不仅具有游览、观赏的价值，也承载着传承传统文化的使命。

“历史的波澜掩埋在流淌的岁月中，深藏在博物馆的馆藏里。更重要的是，这

几年，博物馆的体验感、科技感越来越强，如今的博物馆不仅有用、有品，还有趣、有料。”小梦说，在博物馆里，她可以找寻历史与现代生活的契合点。

“博物馆热”的新潮早已有迹可循，云展览、云体验、云互动等新场景、新模式，丰富了博物馆的“打开方式”，文物的生命力被唤醒，文物不仅“活起来”，更“火起来”。

“家门口的博物馆”，更适合金华人“体质”

据了解，暑期以来，金华市各地的国有博物馆也迎来了流量小高峰。以金华市博物馆为例，近日期均接待参观者二三千名，其中带着孩子来打卡的亲子组合是主流。

事实上，近年来金华的博物馆也有很多惊喜。

针对暑期，金华市博物馆推出了2.0版的大宋“韵”动会，7月11日—8月20日，

博物馆常设展厅内设置了宋代主题探索，融合解谜、互动、推理等环节，将活动范围扩充至所有展厅，参与活动的“运动员”既能通过运动项目感受体育精神，又能通过展厅探索扩充文史知识，在逛博物馆的同时获得一箭“四”雕的充实体验。同时，博物馆暑期研学游与暑期志愿者招募作为“保留节目”也很受欢迎，接下来还将推出

化石展、剧本杀等活动。

兰溪市博物馆的“洪荒印记——古生物化石科普展”将持续至8月5日。展览共展出100多件具有代表性的辽西古生物化石，几乎涵盖所有现代生物门类祖先，包括刘氏原白鲟、戴氏狼鳍鱼、辽西满洲龟、杨氏东方翼龙、驰龙等多种动物和细菌类阴地蕨、凌源似苏铁等植物。展览期间，该馆还将

开展化石考古挖掘、古生物科普知识讲座、恐龙蛋彩绘、恐龙黏土DIY等活动，让青少年探知地球生命演化之谜。

在东阳市博物馆，“迎亚运·品宋韵”“化石解密”两个博物馆研学营以及“宋韵遇上亚运”活动，与金华市博物馆梦幻联动。

武义县博物馆的活动独具本土特色，主打“徐谓礼”

与“婺州窑”这两大地方IP。跟着徐谓礼游武川大地教铺卡牌研学活动，通过卡牌模拟南宋时期武义境内的街道、商铺、风俗，沿着徐谓礼文书中提到的时间线、地点线，穿插武义特色景点、物产、地理风光、人文风情、美食小吃，让参与者在研学互动中学习到的地方精髓，同时了解宋韵文化，通过“冒险”重走南宋考公晋升之路。

我省市场监管部门“重拳出击” 严查“缺斤少两”



杭州市民在生鲜店买菜。记者羊荣江 摄

本报讯 记者羊荣江报道 随着市场经营活跃，多地接连爆出“鬼秤”新闻热点话题，受到群众关注。为进一步规范我省商品称重行为，不断提升经营主体的诚信意识和自律水平，维护消费者合法权益，近日，省市场监管局在全省范围部署开展“净重”专项整治行动，严查“缺斤少两”行为。

本次专项行动聚焦投诉举报多、舆情反馈多的流通环节、餐饮环节，重点聚焦海(水)产品、卤味制品、水果等单价较高的商品，重点整治包装物占重、蟹类过度捆绑、餐饮单位标重不规范等行为，重点排查整治对象是全省农贸市场、农批市场、超市、生鲜店、餐饮单位等经营海(水)产品、卤味制品、水果的经营主体。

海(水)产品塑料包装袋占重。市场主体在销售海(水)产品时存在将塑料包装袋重量计入商品重量进行称重、称重时夹带除水产品本身以外的其他杂物增重等涉嫌欺诈、侵害消费者合法权益的行为。

卤味制品、水果果切包装盒占重。市场主体销售的定量包装的卤味制品、水果果切等商品未在其包装的显著位置正确、清晰标注

净含量，标注净含量与实际含量之差大于规定的允许短缺量等情况。

蟹类过度捆绑。市场主体在销售螃蟹时，使用吸水橡胶或掺泥、砂、金属粉的绳子等自重较重的绳子进行捆绑，捆绑物重量超过合理范围(参考《青蟹包装规范》，单体捆扎物重量应在单体蟹总重(包括捆扎物)的5%之内)，销售螃蟹整体称量明显增重的行为。

餐饮环节标重不规范。餐饮单位在销售以重量结算的餐饮食品时，存在没有明码公示主要原料制作前的重量和价格信息，或者实际量与贸易结算量不相符，计量偏差超过《零售商品计量监督管理办法》或者国家其他有关规定的行为。

省市场监管局相关负责人表示，开展“净重”专项整治行动，旨在有效遏制全省商品称重、标重不规范的现象，解决人民群众最关心、最直接最现实的利益问题，营造公平、和谐、舒心的消费环境。欢迎社会各界积极参与监督，如发现称重相关违法违规行为，及时通过12345进行投诉举报，市场监管部门将及时调查核实、依法依规严肃处理。

精细化治理让生活环境更美好

海宁举办的这场论坛有新思路

本报讯 记者胡翀 通讯员沈永良报道 如何将数字化手段运用到垃圾分类领域，使这项传统工作更高效、更智能、更规范、更专业？日前，“2023浙江省城镇环境治理精细化论坛”在海宁举行。论坛上10余场精彩的专业报告，通过一个个具体项目、案例，一一解析当下垃圾分类工作的高效“密码”，并展望了未来的发展趋势。

湖州长兴水口乡以农家乐聚集而闻名。据悉，水口乡共有农家乐585家，经测算，旺季平均每户每天产生各类垃圾约80公斤。按类型分，其中可回收物约20公斤，易腐垃圾约40公斤，其他垃圾约20公斤。量大、点多、分类主体复杂，配合度低是这里的普遍情况，因此，在这里搞垃圾分类是一件让人头疼的事情。而如今，在浙江爱中环保科技有限公司介入后，不仅环境面貌得到了改善，还通过一系列的努力，助力当地发布了首个垃圾分

类全国规范。

该公司副总经理刘轩介绍说，通过打造云管家小程序，结合《水口乡农家乐(民宿)积分制管理实施方案》将积分排名与乡村民宿的评优评先、银行贷款授信额度以及利率优惠等进行挂钩，让制度与数字技术有机结合，使评优评先一屏掌握、一目了然、有根有据；有了小程序，实现可回收物应收尽收。分类不合格的，按照相应积分，由当地政府亮榜张贴，激发了大家内在的竞争动力；通过制度，对垃圾分类工作进行规范，如人脸识别、自动称重、溢满报警、定时锁止，实现垃圾分类监督可视化、数据标准化、风险可预警、问题可溯源……

论坛现场，大家通过交流探讨分享了生活垃圾分类高质量发展的案例和工作经验，让参会者开阔眼界、收获满满，为全省城市精细化治理水平的提升提供了新动力、新思路。

“亚运钉”首次实现线上预约功能

本报讯 记者李凡报道 近日，亚运村健身服务中心首次使用“亚运钉”线上预约，单日能容纳训练人数达4000人。据悉，这是亚运会史上首次提供线上预约训练方式，使用“亚运钉”进行线上预约后，运动员可以通过看到健身服务中心每一层的余量，从而便捷高效地预约训练、保持运动状态。

智能亚运是本届亚运会的特色，亚运会筹备工作主要围绕智能办赛、智能参赛、智能观赛三个维度的应用场景开展探索。“亚运钉”作为

杭州亚组委和钉钉联合打造的全球首个大型体育赛事一体化数字办赛平台，目前已经集成了105个应用，涵盖行政审批服务、会议服务、培训服务、赞助商服务、气象服务、医疗服务等各大领域。

接下来，竞赛视频系统、IT事件跟踪与管理系統、志愿者管理系统等众多运行在赛事专网上的应用也会陆续接入，支持亚运会赛事运行。“亚运钉”有关负责人表示，该数字办赛平台将为杭州亚运会智能办赛赋能，助力打造智能办赛领域的标志性成果。

雾中桨板

日前，衢州市衢江区湖南镇的乌溪江上，桨板运动爱好者或在缥缈的晨雾中划行，或练桨板瑜伽。伏天的气温和发电后的乌溪江水，两者之间较大的温差，形成了乌溪江的雾气景观。清凉的乌溪江水和江上梦幻雾景，不仅吸引了度假避暑的游客，也吸引桨板、游泳等水上运动爱好者前来“打卡”。

通讯员胡江丰 摄



工报快评

莫让儿童“奶辣风”遮蔽童真

■戴先任

近年来，一些以成熟风作为卖点的童装走俏市场。据《法治日报》报道，露肩装、露脐装，这些对成年人来说也属“性感风”的款式被做成童装，出现在儿童服装市场上。在电商平台，有不少穿着性感的童装照片作为商品宣传图；在社交平台，同样有很多家长分享自己给孩子设计的“辣妹穿搭”。

儿童“奶辣风”流行，受到多重因素影响。才仅仅几岁大的孩子穿着成熟性感，却又奶气十足，这让一些人尤其是

家长觉得是“反差萌”，并不认为是不妥当的事情，反倒为孩子惹人关注而感到自豪。随着萌娃类账号成了各大视频、直播平台上的宠儿，孩子穿着“性感风”的衣服，更容易被打造成“网红儿童”，这让一些家长和平台将“奶辣风”当成“流量密码”。一些人对未成年人软色情的“恶俗趣味”，也是童装“成人化”的幕后推手。所以，童装“成人化”背后，包藏的可能是成人世界“赤裸裸的欲望”。

童装“成人化”会对儿童带来负面影响。比如可能让孩子把过多时间浪费在打扮、

爱美上，而未成年人心智尚不成熟，“奶辣风”穿搭风格不仅容易影响他们审美观，还可能诱发他们心理早熟，影响身心健康。

童装“成人化”同时暴露了不少问题。如一些网络直播平台对未成年人保护不够完善；一些家长没能尽好监护责任，利欲熏心，把孩子当成“摇钱树”；对于童装“成人化”的问题存在“监管空白”，缺乏相应的监管条例，导致商家生产“奶辣风”童装并引领“奶辣风”的流行等等。

其实，不仅是童装“成人化”，儿童“成人化”问题还有不

少。比如让孩子过早化妆，几岁的孩子就成了美妆博主，小小的孩童，化着“优雅熟女妆”，以成人模样示人，这样的儿童美妆博主风潮悄然在社交媒体平台上流行开来。另外，还有未成年人“整形热”等现象。在各种儿童“成人化”现象背后，往往是家长、资本、平台等在充当“推手”，儿童则在自觉不自觉中被裹挟进来。

应对童装“成人化”等乱象，监管需强化。不能让孩子受到成人世界的不良风气影响，对于童装、儿童化妆品等儿童消费市场，要进行规范引导，促其规范发展，防范儿童

“成人化”现象。如要能完善童装的相关监管规章制度，对童装“成人化”乱象从根上进行遏制。家长、学校也要尽好责任，保护好未成年人合法权益，同时培养孩子健康的兴趣爱好。互联网平台也要尽好管理责任，对于可能危害未成年人身心健康的内容要进行屏蔽或限制。

要防范儿童“成人化”倾向，关键要防范成人世界把孩子变成了“任人打扮的小姑娘”，避免让他们在“奶辣风”的包装下变成了成人的模样，遮蔽了心灵，“侵蚀”孩子应有的童真、可爱、快乐。