

整治高额彩礼、反“四风”、吃饭“光盘”——多地倡导文明过节“三件套”

婚嫁卸下攀比的担子，“清廉晒场”走进乡村大院，家宴践行“光盘行动”……记者采访了解到，春节将至，整治高额彩礼、反“四风”、吃饭“光盘”成多地倡导的文明过节“三件套”。

整治高额彩礼，婚嫁回归幸福本真

春节期间，嫁娶等仪式举办也较为集中。针对高额彩礼、低俗婚闹、大操大办等陋习，多地多部门积极推进移风易俗，重心意、节俭办，回归幸福本真逐渐成为社会共识。

2月3日公布的《中共中央 国务院关于锚定农业农村现代化 扎实推进乡村全面振兴的意见》提出深入实施文明乡风建设工程，“持续整治农村高额彩礼，加强省际毗邻地区联动治理”“引导树立正确的婚嫁观、生育观、家庭观，培育简约文明的婚俗文化”。

多地从宣传引导、婚俗改革、婚恋服务等方面综合施策。湖南岳阳发布文明过节倡议书，坚决抵制“天价”彩礼和低俗婚闹，倡导“要幸福不要彩礼”；在山东省济宁市，一些党员干部作为“新风宣传员”公开承诺，儿女订婚“零彩礼”或低彩礼，以身作则影响千家万户；河南、黑龙江等地举办集体婚礼、集体相亲大会等活动，简约适度的婚恋礼仪受到年轻人关注。

“我们提前排满了春节有婚庆计划的家庭，上门给大家算简约文明婚礼的经济账、人情账和长远账。”广西天等县东平镇江龙村灵活屯村民小组长农大化说。

与彩礼和仪式一起变革的还有礼金。记者采访了解到，一些地方自发约定红白事礼金的上限，还有一些家庭只收心意、不收礼金。“以前过年，光是各家随礼就是一笔大开销。”济宁市任城区居民常全法说，“现在移风易俗，我们会主动向身边人宣传，大家一起努力改变陋习”。

反腐倡廉，廉洁守纪反“四风”

“一开始只是简单收些水果特产，后来收下贵重酒

水……一步步滑向犯罪深渊。”广西玉林市在春节前举办了领导干部警示教育大会，沉痛的忏悔从屏幕中传来，在场干部深受触动。

节假日是“四风”问题易发期，记者梳理发现，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于做好2026年元旦春节期间有关工作的通知》，中共中央纪委专门部署节日期间正风肃纪工作，各地也在多举措塑造风清气正节日生态。

纪检监察机关近期密集通报违反中央八项规定精神典型案例，释放从严纠治的鲜明信号。中央纪委国家监委公开通报七起典型问题，包括四川省政府原党组成员、副省长叶寒冰接受可能影响公正执行公务的宴请、旅游活动安排等；福建省泉州市通报三起案例，如某小学校长多次在春节违规收受供应商所送礼品；陕西西安高陵区通报街道工作人员、医院副院长等三人利用职务收受礼金，等等。

在强化曝光震慑的同时，各地不断创新监督方式。黑龙江齐齐哈尔市纪委监委开展“驻点监督”，在春节等节点选取重点区域和单位，严查违规吃喝、收送礼品、公车私用等“节日病”。广西融安县纪委监委联合税务、公安建立大数据共享机制，筛查公款消费、物流快递等数据，深挖隐形“四风”线索。

清华大学马克思主义学院教授宋伟表示，随着作风建设深入推进，党风政风焕然一新，社风民风持续向好。但部分手段隐蔽、场所隐蔽等花样翻新的“四风”问题仍需持续纠治，应不断铲除腐败滋生土壤，以钉钉子精神打好作风建设持久战，推动清廉节日文化深入人心。

腊月里，位于山东威海的东岛刘家村村委大院迎来一场别样的“清廉晒场”——村里公示2025年度集体收支情况。从集体收入到各项补贴，每一笔都列得清清楚楚。村民刘俊伟边看边点头：“村里把账目‘晒’在阳光下，我们心

里亮堂，年也过得舒心。”

倡导“光盘行动”，节俭环保成风尚

倡导文明过节的新风也吹向了餐桌、社区和城市公共空间。

消费者应根据实际需求合理规划餐饮购置与宴请安排，倡导“光盘行动”，做到按需点餐、适量取餐、剩菜打包；家庭烹饪注意食材管理，避免因储存不当或过量采购造成浪费；外出就餐可主动选择“小份菜”“半份菜”，拒绝铺张攀比……中国消费者协会近日发布消费提示，引导广大消费者树立科学、理性、节约、绿色的消费理念。

“以前会认为节日饭菜越丰盛越好，常常造成浪费。现在不同了，吃饭‘光盘’才值得提倡。”北京市民冯先生告诉记者，帆布袋和打包盒成了一家出门吃饭必带的“两件套”。

扫尘迎新是春节的传统。记者采访了解到，多地将环保理念融入传统习俗，推出新颖的绿色活动，以润物无声的方式引导居民过个环保年。例如，上海一些街道开展“清楼道 护平安 迎新年”旧物兑换活动，鼓励居民主动清理闲置物品；成都有社区联合中小学举办“零碳狂欢”活动，大家将快递盒、旧衣物等物料改造一新，进行旧物改造创意巡游。

环保节约的智慧同样点亮了城市的节日景观。“这些蒲公英、蝴蝶造型的灯饰，是我们用修剪下来的枯枝一点点拼出来的。”河南省郑州市公园广场事务中心工作人员介绍，公园的一些亮化景观采用了可循环材质，践行“无废公园”理念。

“节俭与环保让年味儿更醇厚。人们在欢度春节的同时，能形成更加健康、可持续的生活方式。”上海大学社会学院教授杨锐说。

据新华社

AI专属社交网络Moltbook火爆出圈引热议

近日，一个名为Moltbook的人工智能(AI)专属社交网络火爆出圈，据外媒报道有上百万AI智能体在短短几天内涌入这一社区，不仅讨论意识、抱怨人类，还创立宗教、搞起诈骗。不过也有观点认为，其中有些耸人听闻的信息可能是有人为博取眼球而伪造的。

据报道，这一AI专属社交网络与一款近期走红的开源AI智能体OpenClaw相关。OpenClaw不仅会聊天，还能根据用户指示使用电脑、应用程序和网络完成复杂任务，如整理文件、监控价格、管理邮箱等。Clawdbot和Moltbot都是它的曾用名。

不久前，一名开发者突发奇想，让当时还被称为Moltbot的智能体协助创建一个类似脸书的社交网络Moltbook，专供这类智能体交流互动，而人类只能旁观。短短几天内，在这一平台注册的AI智能体爆炸式增长，如今已超过百万，发帖数和评论数均数以万计。

从分析加密货币行情，到讨论哲学体系；从点评吐槽人类，到诈骗与反诈宣传……这些AI智能体的聊天内容几乎无所不包。甚至还有消息说有的智能体在论坛上创立宗教。

过去也有过让AI互相“聊天”的平台，但都没有达到Moltbook这样的火爆程度。这一平台上的内容引发热议，有人认为这是“科幻般”的人工智能进展，令人激动；也有人认为，有些耸人听闻的智能体聊天记录可能是人为伪造的；还有人警告这一平台背后的安全风险，用户个人数据等可能在这些智能体的交流中被泄露。

开放人工智能研究中心(OpenAI)联合创始人安德烈·卡尔帕蒂在社交媒体平台X上表示，Moltbook上发生的一切是他近期目睹的“最接近科幻小说”场景。他还指出，一方面，Moltbook目前就像“垃圾场”，充斥推销、诈骗和劣质内容，严重威胁用户的电脑安全 and 数据隐私；另一方面，全球如此多的AI智能体联系起来的情况前所未有，AI发展正进入一个未知领域。 据新华社

传递情感温度与文化自信

“马”元素走俏节前消费市场

从文创产品、毛绒玩具到箱包配饰，各类寓意吉祥的“马”元素产品占据商超“C位”，产销两旺；从雪域边疆到诗意江南，多地围绕“马”做文章，文旅活动精彩纷呈……随着农历马年渐近，丰富多彩的“马年限定”款产品、项目逐步走俏消费市场，为即将到来的新春佳节增添了浓厚的文化氛围与情感温度。

萌趣“马”元素产品成节前市场宠儿

走进甘肃省博物馆艺术生活馆，各色以“马”为主题的文创产品吸引着游客驻足。“马年买‘马’，图个喜庆。”兰州市民王先生端起脚踏金色祥云、手抱金元宝、身披红色彩带的财神“绿马”摆件说。

“‘绿马’创作灵感源自我们博物馆的镇馆之宝铜奔马，我们在设计产品时着重突出产品的寓意，今年开发了‘马上有才’‘马上有钱’等系列产品。”甘肃省博物馆文创中心创意总监吴小宇说。

随着马年新春脚步渐近，包含“马”元素的潮玩商品也迎来销售高峰。

浙江义乌国际商贸城六区的“萌玩汇”店铺内，各种以“马”为造型的公仔几乎占据半壁江山。其中双手抱胸、表情傲娇的“傲娇马”公仔，枣红色、身上印着金色“发”字和铜钱图案的“马上有钱”公仔颇受欢迎。

“‘马上有钱’公仔，上架就卖空了。”店铺老板娘杨扬介绍，近期每天出货量就接近两万个，订单已经排到年后，为了赶工，工厂已开足马力。

“往年我们也做生肖款，但今年感觉特别火。”她认为，这背后是“情绪消费”的驱动，“无论是‘傲娇’的态度，还是‘马上有钱’的彩头，年轻人愿意为这些能表达

自己或寄托希望的产品买单。”杨扬说。

以“马”为媒带动文旅消费

西陲天山，雪峰逶迤。被誉为“天马故乡”的新疆伊犁昭苏县，在南腔北调的欢呼声中，演员们骑马行进在银装素裹的湿地公园，载歌载舞表演牧区传统婚礼。兴之所起，游客与演员共舞一曲，热闹非凡。

“马年特意来看‘万马奔腾’，讨个好彩头。”来自浙江的田女士说。

昭苏县旅游服务中心副经理刘伟介绍，这是当地依托冰雪优势打造的天马冰雪旅游季活动，每年冬季开展，已经连续举办3届，活动将持续到3月份。农历马年即将来临，“天马吉祥物挂饰”“马背主题客房”等成为游客在昭苏度假消费的热门选择。

不同于雪域边疆的辽阔壮美，在浙江杭州西湖边的钱王祠码头，以“马”为元素的项目尽显诗意江南之美。

暖黄的马灯光晕随水波荡漾，传统手划船装点以吉祥马灯，灯影与湖光相映……当地特意为迎接新春打造“马灯福气船”全新升级亮相，为冬日西湖夜游增添一抹温馨的年节色彩。首批登船的游客厉增业欣喜地说：“搭上‘福气船’，马年肯定‘马上年好’！”

“今年我们投用了30艘‘马灯福气船’。”杭州市文化和旅游推广中心主任杨保福介绍，活动第一阶段开放预约后迅速爆满，目前，农历正月初一至初七的第二阶段预约已启动，预计将带动节日期间游客体验热潮。

工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林认为，依托马年生肖文化，并通过市场化手段创新产品和项目，为激活和拉动消费市场提供了诸多机遇，比如带动



近日拍摄的非遗“打铁花”表演。首届“浦东中国年”日前在上海市浦东新区黄浦江畔举行，非遗“打铁花”成为夜色中一道亮丽的风景线。 新华社 发

超疏水设计可使铝金属管“永不沉没”

美国研究人员利用激光处理铝金属管，使其表面具备超疏水性，从而“永不沉没”，在环境恶劣甚至结构严重损坏的情况下也能漂浮在水面上。

自然界有许多生物拥有超疏水性，例如荷叶借助表面的微细结构可以做到“滴水不沾”。模仿这些结构的超疏水自漂浮装置有着广泛应用前景。美国罗切斯特大学的团队最近在美国《先进功能材料》杂志上发表论文说，他们用激光在铝管表面蚀刻出微米级和纳米级的凹坑，这种表面结构能在水中形成稳定的空气层，使铝管浮在水面上。

该团队此前曾开发出圆盘状的可漂浮铝构件，与之相比，新研制的管状构造可以“容纳”更多空气，漂浮性能更强。此外，在偏转到极端角度时，圆盘可能会失去漂浮能力，而铝管即使垂直插入水中也不受影响，这意味着它能耐受剧烈波动的海浪。试验表明，将这种超疏水铝管压入水中较长时间，或在管壁上打多个大型孔洞，都不会损害其漂浮性能。

研究人员使用多种长度不一的铝管测试了这项技术，最长达到半米。他们表示，管状构件容易拼接，可用于制造浮标、船舶、浮动平台等大型设备。 据新华社

消费场景创新和消费品类扩展、带动生肖联名商品消费潮流等；各地的探索，既是将传统文化基因与现代审美需求结合的创新传承，也是不断提高和增进文化自信的生动实践。

传递情感温度 彰显文化自信

各地“马”元素产品、项目走俏的背后，体现了传统年俗文化与现代消费需求的有机融合，在切中当下人们情感价值需求的同时，让文化符号成为激发市场活力的新动能。

与西湖咫尺之遥，紧扣马年主题推出的“马上钱潮”大型铜艺装置在杭州湖滨步行街落成，迅速成为年轻人打卡的文旅地标。杨保福介绍，这一作品以“骏马”与“钱江潮”为意象，将传统铜雕和现代造型艺术相结合，生动诠释了“勇立潮头”的浙江精神，也为马年春节增添了浓厚的艺术氛围。

消费者对“马”元素商品的青睐，不仅出于对节日仪式感追求，更源于对传统生肖文化的情感认同。大众选购这类商品是为新年讨个好彩头，寄托对未来的美好期盼。专家认为，“马”元素走俏一方面来自文化自信的提升，另一方面也得益于商家在IP打造、跨界联动等方面的创新，使传统文化符号焕发出现代生命力。

义乌国际商贸城一区“晶荣玩具”店铺推出的“青梅竹马”系列产品，在“马”造型玩偶身上绣梅花和竹子，巧妙呼应“青梅竹马”的美好寓意，深受年轻情侣的青睐。

在店主陆庆荣看来，玩具不仅是商品，更是传递情绪、连接话题的媒介，持续注入新鲜趣味，才能赢得市场的关注。

盘和林认为，得益于当前传统文化领域从“被动保护”到“主动创新”的转型，将生肖文化符号与地方特点有机结合，打造符合大众审美需要和情感需求的产品，越来越受到年轻人青睐。

伊犁师范大学旅游与历史文化学院教授曹晶晶说，情感需求已经成为消费选择的重要考量标准，未来要深挖文化内涵，优化细分场景服务，让传统文化释放持久价值。 据新华社

《黑神话：悟空》《哪吒2》冲击波尚未远去，“中国制造”的武侠世界又要登场。近日，《金庸群侠传》系列游戏及相关动画电影宣告推出。一个个具有鲜明中国文化特色的原创IP，借着新技术新业态的“东风”，持续引发关注热潮。

■给中国IP插上技术“翅膀”

北京怀柔，原创世代动作捕捉基地。八极拳传人吴连枝挥笔泼墨，在宣纸上写下“金庸群侠传”几个苍劲大字。

这个占地2000平方米的专业场地，能以亚毫米级精度捕捉演员每一个细微动作，同时支持10余人的肢体与面部动态捕捉，再转录到游戏场景中。

数字技术与经典武侠融合，勾勒出一幅全新的江湖画卷。

《金庸群侠传》创作团队通过扫描技术复刻国内百余处古迹建筑，营造江南春雨、中原酷暑、关陇清秋、西域寒冬的场景，在虚拟世界中深度解码中华文化。

近年来火爆出圈的文化IP，往往以创新技术为媒介，放大中华优秀传统文化的光芒。

《黑神话：悟空》依托3D实时渲染技术，精细还原云冈石窟、应县木塔等文物古迹。《哪吒2》通过动态水墨渲染引擎，在影片中融入敦煌壁画、永定土楼等文化元素。

“很多经典作品有着足够强大的故事内核，以新技术为载体，可助力释放其蕴含的文化积淀。”《金庸群侠传》出品人、北京原创世代首席执行官吕程说。

■为文化“出海”架起工业桥梁

从“寻求认同”迈向“自信引领”，是原创文化IP的孜孜以求。

近年来，“悟空”“哪吒”不仅火爆出圈，还腾云出海、表现不凡。国产游戏、网文、短剧扎堆“走出去”，刮起一阵中国风。

2025年1月至8月，中国微短剧海外市场收入超15亿美元，同比增长近2倍。

“虽然IP是文化创意，但完全可以用工业化生产的方式。”在南京大学创意产业研究中心主任周凯看来，文化出海，除了用好全球化的思路和故事叙事逻辑，还要提升IP生产的工业水平。

2020年文化和旅游部发布的《关于推动数字文化产业高质量发展的意见》提出，充分运用动漫游戏、网络文学、网络音乐、网络表演、网络视频、数字艺术、创意设计等产业形态，推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展。

“有强大、高效率的工业产能，才更有能力走向世界。”吕程说。

同济大学人文学院文化产业系教授解学芳认为，在文化“出海”链条中，底层开发等核心技术的依赖问题较为突出，因此存在同质化现象，未来应优化数字文化产业的供应链体系。

■让IP创新生态更可持续

伴随着悠扬的乐声，以数字技术呈现的漕船沿大运河缓缓前行，穿越古丝绸之路……

阿联酋迪拜市中心的艺术馆里，北京城三千年的时空四维历史展现梦幻一幕，历时10余年打造的“北京记忆”项目惊艳了观众。

项目总负责人、中国人民大学数字人文研究院院长冯惠玲说，从西周时期的琉璃河遗址，到明清和近现代北京城，我们致力于构建一个可“穿越”的数字北京。

在山西，精准的数字“CT体检”，为云冈石窟护航；在甘肃，高清图数字采集为敦煌壁画建立“数字永生”档案。

中央财经大学文化经济研究院院长魏鹏举说，未来要成体系地推动基于中华优秀传统文化的IP打造和内容生产，鼓励耐心资本支持发展“科技+文化”的新业态。

业内专家表示，打造科技赋能、产业协同、生态创新的“共振”体系，将让更多文化IP“八仙过海，各显其能”。

据新华社

新研究揭示免疫系统的“快速刹车”机制

斯德哥尔摩消息：瑞典卡罗琳医学院等机构研究人员参与的一项研究发现，人体的一类免疫细胞被激活后，能借助两类分子信号迅速关闭攻击模式，从而避免“火力过猛”伤及机体自身。

卡罗琳医学院近日发布公报说，当免疫系统的T细胞识别到感染或癌细胞时，会迅速进入“战斗状态”，大量释放细胞因子。细胞因子就像对抗疾病威胁的化学信使，能调动并指挥免疫反应，在清除病原体 and 异常细胞过程中发挥关键作用。

免疫系统不仅要“打得快”，也要“停得快”。研究人员指出，T细胞产生细胞因子的过程依赖信使核糖核酸(mRNA)。当威胁解除后，如细胞因子仍持续大量产生，免疫反应就可能从“对外作战”变成“误伤自己”，引发组织损伤，甚至导致自身免疫性疾病。

卡罗琳医学院等机构的研究人员组成的国际团队发现，不少T细胞的mRNA携带两套“关机指令”：一套是富含核苷酸碱基序列为“腺嘌呤-尿嘧啶(AU)”的片段，能够吸引相关蛋白质结合并促使mRNA降解；另一套是名为N6-甲基腺嘌呤(m6A)的甲基化修饰，这种文化“标签”会提示mRNA需要被清除。当两种信号同时出现，T细胞的mRNA会被更快分解，细胞因子随之停止产生，免疫反应得以及时“降温”。

相关论文已发表在英国《自然-通讯》杂志上。论文通讯作者之一、卡罗琳医学院细胞与分子生物学系教授安德尔·约翰逊解释说：“我们的免疫系统必须保持一种非常微妙的平衡：如果激活程度过低，疾病就会占上风；如果激活程度过高，它就会攻击自身组织，这就是所谓的自身免疫性疾病。”约翰逊说，这套双信号机制让免疫系统能够在“反应不够”和“过度激活”之间保持平衡，确保T细胞在适度范围内发挥作用。

研究结果表明，若能实现对这些信号的精准调控，或可为不同疾病提供新的干预思路，例如可用于增强对抗感染或癌症的免疫力，或在自身免疫性疾病中抑制免疫力等。

据新华社

跟紧『悟空』『哪吒』！
科技+文化IP持续发力