

“AI 主播”纳入直播电商监管、  
整治拒收人民币现金……

## 2月新规一起来看！

□ 新华社记者 齐琪

对蔬果等农产品施行“承诺达标合格证”管理；将“AI 主播”纳入直播电商监管范围；防范整治拒收人民币现金行为……2月新规一起来看！

### 蔬果禽蛋等须持“放心证”上市

《农产品质量安全承诺达标合格证管理办法》2月1日起施行。“承诺达标合格证”证明该农产品未使用禁用农药、兽药及其他化合物且使用的常规农药、兽药残留不超标等。办法提出，蔬菜（含人工种植的食用菌）、水果、茶鲜叶、畜禽、禽蛋、养殖水产品、农业农村部门规定的其他农产品，应当实施承诺达标合格证管理。

### “AI 主播”被纳入直播电商监管

《直播电商监督管理办法》2月1日起施行。针对直播电商行业特点，办法将数字人主播等人工智能生成内容纳入监管，避免新技术成为生成或传播虚假信息“挡箭牌”，促进人工智能技术在直播电商领域的规范应用。办法规定，使用人工智能生成的人物图像、视频从事直播电商活动的，应当进行标识，并持续向消费者提示。

### 防范整治拒收人民币现金行为

《人民币现金收付及服务规定》2月1日起施行。规定指出，除因履行法律、法规、规章规定的义务或法定职责而应使用非现金支付工具情形外，不得拒收现金，不得要求或诱导他人拒收现金，不得对现金支付采取歧视性措施，损害现金支付便利。支持现金支付的收费单位、经营主体，应保持合理的零钱备付，具备必要的收现条件，保证现金支付顺畅。

### 全民阅读新规重点保障老少边穷地区

《全民阅读促进条例》2月1日起施行。条例提出，促进全民阅读，推进书香社会建设，增强全民族思想道德素质和科学文化素养。强化全民阅读保障措施，重点扶助农村地区、革命老区、民族地区、边疆地区、欠发达地区的全民阅读。强化对未成年人、残疾人、老年人等的阅读保障，规定提供适宜读物、开设阅读课程、支持全民阅读无障碍设施建设、优化适老服务标准等措施。

### 组织机构获持唯一不变“数字身份证”

《组织机构统一社会信用代码管理办法》2月1日起施行。办法提出，统一代码是指登记管理部门根据统一代码编码规则，赋予组织机构在全国范围内唯一的、终身不变的身份标识码，实现组织机构从“设立”到“存续”的精准识别、动态追踪，从而织密社会信用体系“数据网”、架起全国统一大市场“数字桥”、激活市场监管“智慧脑”。

### 加强和规范行政执法监督工作

《行政执法监督条例》2月1日起施行。条例强调行政执法监督工作遵循规范与指导并重、预防与纠错并重、监督与保障并重原则，督促纠正行政执法问题、提升行政执法质效。加强行政执法主体和人员资格管理，强化对是否存在违规异地执法、趋利性执法以及乱收费、乱罚款、乱检查、乱查封等行为的监督。明确将行政执法监督结果作为法治政府建设成效评价的重要内容。 新华社北京1月30日电

# 传递情感温度与文化自信 「马」元素走俏节前消费市场



牧民在新疆昭苏湿地公园为游客表演。  
新华社记者胡虎虎 摄



“马灯福气船”成为冬季杭州西湖夜游的一抹亮色。  
新华社记者 段菁菁 摄

□ 新华社记者 李杰 段菁菁 胡虎虎

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’‘马上有福’等系列产品。”甘肃省博物馆文创中心创意总监吴小宇说。

不只博物馆开发的“马”系列文创产品走俏，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的“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‘马上有好运’！”

“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，比如带动消费场景创新和消费品品类扩展、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的追求，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，打造出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。

新华社北京1月29日电