

多维发力护权益 提质增效优环境

——我市“3·15”国际消费者权益日系列活动成效显著

□ 记者 汤红红 通讯员 南炳旭

为切实维护广大消费者合法权益，营造安全、放心的消费环境，“3·15”国际消费者权益日期间，我市紧扣“提升消费品质”年主题，推出14项具体举措，通过“二三四五”多维发力，推动消费维权理念深入人心，取得显著成效。

畅通“两大”要素，点亮维权之路。活动期间，我市将畅通维权渠道与媒体宣传深度融合，高效处理消费者诉求，对“急难愁盼”问题做到快速响应、及时解决。3月1日至15日，共受理消费者投诉举报87起，办结率和解决率均达100%，为消费者挽回经济损失2.48万元。依托《格尔木日报》、“望昆仑”APP等主流媒体及其他平台，密集推送维权知识问答、活动动态等信息，累计报道34篇(期)。通过以案释法、以例

普法等方式，生动解读消费维权难点、热点问题，为消费者答疑解惑，有效促进高品质消费、高质量维权与高水平共治有机统一。

聚焦“三大”要点，促进高品质消费。针对与群众生活密切相关的商品和服务领域，我市精准发力，直击消费环节痛点与堵点。围绕计量准确、食品药品安全等热点问题，组织开展全市黄金珠宝首饰市场主体计量专项检查；举办药品、医疗器械经营使用单位质量安全约谈会，强化企业主体责任；开展春季学期校园食堂食品安全专项培训，守护师生“舌尖上的安全”。一系列安全专项检查，既提升了执法部门公信力与震慑力，规范了市场秩序，又强化了企业法律意识、诚信意识和社会责任意识。

打造“四大”亮点，提升维权能

力。紧扣“提升消费品质”主题，市市场监督管理局、市消费者协会精心策划、周密部署，采取线上线下深度融合方式，开展一系列亮点活动。成功举办2026年“3·15”大型户外广场宣传咨询服务活动，现场受理咨询投诉；深入开展消费教育“进园区、进企业、进市场、进社区、进矿区”五进活动，将消费维权知识送到群众身边；举办市场监管系统法律法规知识竞赛，提升执法队伍专业素养；在《格尔木日报》开设普法专栏，同时充分发挥新媒体传播优势，普及法律法规。通过一系列活动开展，有效提升了“3·15”活动社会效果与影响力，让消费维权理念在全社会生根发芽，逐步构建人人参与、人人监督的社会共治新格局。

推出“五大”举措，力促诚信经营。为强化警示教育，规范经营行为，

我市在“3·15”期间集中推出五项重点举措。通过各类媒体公开曝光2025年度民生领域消费维权“十大”舆情热点、十大消费维权典型案例及十大侵权典型案例，以案为鉴，震慑不法分子；召开重点领域市场主体座谈暨培训会、ODR企业消费维权座谈会及12315系统操作培训会，引导企业诚信自律，提升纠纷化解能力。通过正面引导与反面警示相结合，督促经营者守法经营，从源头上减少消费纠纷，共同营造良好市场环境和放心消费环境。

通过一系列扎实的举措，我市有力推进了“3·15”消费维权工作，既强化了消费者权益保护、规范了市场秩序，又在全社会营造出关注消费安全、支持消费维权工作的浓厚氛围，为推动地方经济在公平、诚信轨道上实现高质量发展注入了强劲动力。

从田间到舞台，小岛村高跷队舞动千年传承

□ 记者 谭丽 张丹丹

一支高跷，三代传承；一根木棍，丈量热爱。在我市郭勒木德镇小岛村，有这样一群人：他们以木为足、以天为幕，踩着数米高的高跷，演绎着历史人物的英姿与传奇。每逢元宵佳节，在社火热闹的锣鼓声中，他们以独特的表演方式，让这门古老的艺术在现代社会焕发新生。这支从田间地头走出来的民间队伍，已成为当地一张亮丽的文化名片。

从父辈的棉袄到今日的戏服

小岛村的高跷表演有着深厚的历史渊源。这项技艺源自湟中鲁沙尔，历经几代人传承，形成了如今的表演风格。队伍中，有正值壮年的中坚力量，也有稚气未脱的少年，大家因共同的爱好而聚集，只为传承祖辈留下的高跷技艺。

队长李海是队里年纪较大的骨干之一。说起父辈踩高跷的年代，他的眼中泛起回忆的光芒。“我们就是跟着父辈传承下来的。父亲那会儿踩高跷的有四五十人，一件花棉袄、一块被面就上场了，服装简单、条件有限。”李海回忆道，“到我们这一辈，条件好了，服装好看了，妆容也讲究了。以前就是打个腮红、抹个口红，现在画得精细多了。”

“踩高跷看似潇洒，实则背后是日复一日的苦练。脚上踩着那么一截木头棒子，真的有一定难度，对于新手而言，光是站上去就需要极大的勇气。”李海说，“我们也是从二三十公分到四五十公分，一点一点练起来的。新人入队，最低也要从40公分起步，练得好就能上高跷，练得不好就低一点，主要还是反复练习。”

从自娱自乐到文化传承



在社火展演活动中，高跷队的传统民俗表演尤为引人注目。 资料图片

“小时候我们就在市区参与社火表演，后来停了几年。这几年在政府的支持邀请下，我们的高跷技艺得以发扬光大，很多人都知道了小岛村高跷队。让队员们自豪的是，去年小岛高跷队成功申报了青海省非物质文化遗产。”李海介绍，队伍从最初的十几人，发展到如今二十多人，老中青梯队完整，传承后劲十足。

队员才仁加入队伍十余年，十一二岁便拜师学艺，如今脚踩两米高跷，扮演穆桂英。表演取材历史人物与经典故事，尽显鲁沙尔高跷的独特韵味。“我加入高跷队，是出于对传统文化的喜爱，也是个人爱好，更深受父辈影响。”才仁说，“青海社火里的高跷，多以历史事件、历史名人为背景，从父辈传承至今，无论是服装还是妆容，都有了质的提升。”

队伍里的年轻队员李玮春今年只

有13岁，去年被热闹的表演场面吸引加入高跷队。“我去年开始参加高跷队，觉得有意思就加入了。去年踩60公分的高跷，今年已经能踩一米的了。”李玮春说。

从父辈简陋的花棉袄、粗木跷，到如今精致的戏服、专业装备；从乡村自娱自乐，到省级非遗项目；从零散表演，到规范化传承，小岛村高跷队以几代人的坚守，让这门古老技艺生生不息。

“我们和父辈有个共同心愿，就是把这门技艺一代一代传下去。”李海说，过年踩高跷，是村里最热闹、大家最开心的时刻。“如今，我的儿子和侄子都在队里，希望以后孩子们能记得这份热闹，踩着高跷把我们的文化传承下去。”

记者手记：高跷之上，是技艺的接力；木腿之下，是乡土的根脉。小岛村高跷队以热爱为基、以坚守为翼，让古老民俗在烟火人间里代代相传。在时代快速发展的今天，这样扎根民间的文化坚守更显珍贵。愿这门踩着木棍起舞的技艺，一直传承下去，踩得更稳、走得更远。

青海日报讯(记者 倪晓颖)3月17日，记者从青海省文化和旅游厅召开的2026年“山宗水源·大美青海”旅游目的地高质量发展座谈会上获悉，青海将聚焦“山宗水源·大美青海”核心品牌，创新宣传营销方式，运用新媒体、数字化手段提升品牌影响力，充分转化《生命树》热播流量，推动流量长效化、IP可持续化，确保热度不消退、效应不衰减。

青海文旅部门将围绕“打造国际生态旅游目的地”主线，在严守生态保护底线的前提下，利用青海对生态保护的独有优势，深度挖掘国家公园、高原湖泊、雪山草原等生态资源，做精生态研学、“沉浸式”深度体验等生态旅游线路产品。同时，补齐冬季旅游短板，聚焦冰雪、登山、穿越等新业态，依托岗什卡雪峰、青海湖蓝冰等青海冬季独有优势，打造青海冬季自驾、研学、深度体验等特有旅游线路，丰富产品供给，构建全季旅游产品体系。

在文旅融合与业态创新领域，继续深挖非遗资源，强化文创联动，将非物质文化遗产转化为大众游客可感知、可参与、可带走的文化体验，持续深化非遗进景区、进线路、进场景，丰富互动体验项目，不断增强游客的沉浸感与参与度。建立西北五省区旅游协会合作机制，深化资源共享、线路共建、品牌共推、客源互送，联动打造西北文旅精品线路和特色品牌。

多举措升级『山宗水源·大美青海』旅游目的地品牌

