

■今日观点

在“乐购新春”中提升民生幸福感

□向秋

春潮涌动处，消费暖民生。开展好2026“乐购新春”春节特别活动，打造春节消费盛宴，既是民生福祉的生动彰显，又能激活激发消费潜力，助推经济社会高质量发展。

商务部等9单位日前印发《2026“乐购新春”春节特别活动方案》，活动时间为2月15日至23日春节9天假期，旨在繁荣节日市场、丰富群众文化生活、激发假期消费活力，打造全域联动、全民乐享的春节消费盛宴。(2月3日《人民日报》)

■每日图评

“职工之家”变身“带娃驿站”延伸工会服务半径

为切实缓解快递员、网约车司机等新就业形态劳动者群体子女寒假看护难题，日前，河北省秦皇岛市山海关区总工会依托古城街道服远社区“职工之家”，精心打造“关城暖冬·护航童心”公益托管项目，以精准化服务传递工会组织的关怀，用暖心举措为新就业形态劳动者群体子女的寒假成长保驾护航。(2月4日《河北工人报》)

据报道，该“职工之家”不仅安排专人辅导假期作业，还精心开设“民族童心·青春同行”“安全自护课堂”“巧手成长记”等特色课程，让孩子们在趣味参与中习得知识，在沉浸式体验中快乐成长，为他们提供持续的情感陪伴与心理支持，有效解决新就业形态劳动者因工作忙碌无暇照顾孩子的后顾之忧。一到放寒假，孩子看护的难

题，是困扰不少新就业形态劳动者的烦心事。山海关区总工会依托现有“职工之家”阵地，将服务触角从新就业形态劳动者本身拓展至他们的家庭。“带娃驿站”的设立，源于对他们实际需求的精准洞察，彰显了“娘家人”的责任与担当，是工会服务从“有”向“优”的升级跨越。

笔者以为，“职工之家”变身“带娃驿站”，不仅破解了一些新就业形态劳动者子女寒假看护难题，更是延伸了工会服务半径。对一些新就业形态劳动者而言，驿站让他们摆脱了“带娃焦虑”，能够专心投入工作，切实提升了获得感与幸福感；对用工企业而言，这一举措有效降低了人员流失率，实现了“服务职工”与“助力企业”的双向共赢；对社会而言，“带娃驿站”

需求。活动场景融合度高，融合餐饮、文旅、购物、娱乐等多元业态，提供多层次、沉浸式、差异化消费体验，必然会点燃大众消费热情。春节期间，人们即便出行一次、只去一处，就能同时兼得珍馐之味、文化之美、新潮之盛、康健之乐，消费的潜力势必会释放出来。

务实措施促消费。春节作为中国最重要的传统节日，是一家人增进亲情的欢快团聚期，是走亲访友、旅游度假的难得窗口期，同时也是消费市场最活跃的黄金期。2026“乐购新春”春节特别活动时间共计9天，与春节放假时间重叠，不仅为消费者提供了充足的购物、出游、娱乐时间，也为商家开展经营活动创造

了有利条件。联动家居卖场、家电品牌、家装企业，推出“新春焕新家”惠民促销；指导重点商圈（步行街）、品牌门店、离境退税商店等线下实体备足优质货源，联动开展惠民促销；鼓励各地推出春节档观影优惠，开展“跟着电影品美食”等新春福利活动，这些精准务实举措必然会激活消费潜能，形成提振消费的强大合力。

全域全业促消费。2026“乐购新春”春节特别活动，定位于“全域联动、全民乐享”，致力于让不同地区、不同消费能力的群体都能参与到这场节日消费盛宴中来。无论是繁华都市还是县城乡镇，无论是实体商场还是线上平台，“乐购新春”春节特别活

动都力求打造一个全方位、全行业参与的消费生态系统，让春节的喜庆氛围真正渗透到社会的每一个角落。全域联动、多点开花，各地立足地域特色，深耕“吃住行游购娱”全链条，线上线下同频共振，传统与现代交融、文化与潮流共生，沉浸式文旅体验、底蕴深厚的老字号年礼、实打实的政策红利、温暖贴心的惠民服务，既为群众营造了浓郁年味，也为消费市场注入强劲活力。

春潮涌动处，消费暖民生。开展好2026“乐购新春”春节特别活动，打造春节消费盛宴，既是民生福祉的生动彰显，又能激活激发消费潜力，助推经济社会高质量发展。

■长话短说

急诊室搬进高铁站是暖心尝试

春运首日上午，准备前往甘肃武威的韩德涛和老伴抱着不满周岁的孙子，走进兰州西站大厅，感觉一阵头晕，一摸衣兜，“糟糕，忘记拿降压药了”。在工作人员的引导下，韩德涛和老伴走进了母婴室测了血压，并在甘肃省妇幼保健院（甘肃省中心医院）全科医学部主任刘蓉的指导下，服用了降压药。(2月3日《工人日报》)

韩德涛老人在“血压上头”的危急时刻能遇到专业医生，并非偶然。这背后是铁路部门和公立医疗机构正在共同探索的“医铁共建”新服务。兰州西站将“三甲医院急诊室搬进高铁站”这一创新举措，恰似一股暖流，温暖了每一位旅客的心，也为春运服务注入了全新的活力与温度。

“医铁共建”新服务，精准回应了旅客的需求。春运期间，人员流动量极大，旅客面临各种突发健康状况的风险显著增加。“医铁共建”模式，为旅客的生命健康筑牢了坚实防线。这种贴心的服务，真正做到了想旅客之所想，急旅客之所急，充分体现了对旅客生命安全的高度重视。

“医铁共建”新服务，为春运增添了浓浓的人文关怀。铁路部门和医疗机构通过这样的创新服务，让旅客在旅途中感受到家的温暖，使春运不再仅仅是疲惫的奔波，而成为充满关怀与呵护的旅程。

当然，“医铁共建”模式目前尚处于探索阶段，未来还有很长的路要走。如何在日常运营中持续优化服务流程，提高医护人员的应急处理能力；如何进一步扩大服务范围，让更多的车站和旅客从中受益，这些都是亟待思考和解决的问题。但我们有理由相信，随着“医铁共建”模式的不断完善和发展，它必将成为春运服务的一张亮丽名片，为更多旅客的出行保驾护航。

“医铁共建”，为春运带来了温暖与安心。它让我们看到，在面对公共需求时，不同行业携手合作、创新服务具有无限可能。期待这一模式能够在更多地方推广，让每一位旅客都能在旅途中感受到这份贴心的关怀。

□周家和

属公益性服务项目，有效补充了社会托育资源缺口，有利于生育友好型社会建设，为基层治理注

入温暖力量。此举，值得点赞和推广。

■有感而发

科技产品成春节消费新宠
折射年货变迁

近日，在杭州“2026浙江新春消费季”的年货大集上，消费级无人机、智能眼镜、机器狗、AI陪伴玩偶等科技产品与传统年货一起摆上集市的展台，成为人们采购年货时的“新宠儿”。这些绝大部分都是“杭州造”的“科技年货”，受到了消费者的热烈欢迎，有些消费者买了“科技年货”送给自己，打算趁着新年的休息时间好好领略一下新科技产品的玩法；也有人买来作为送人的年礼，适老化科技产品送长辈，有智能互动功能的产品送孩子，这些新年货折射出了数字时代的“新”年味。(2月3日《钱江晚报》)

从裸眼3D悬浮手机贴到适老化外骨骼机器人，从AI陪伴玩偶到智能眼镜，这些兼具实用性与趣味性的科技年货，不仅丰富了春节采购清单，更折射出年货市场的深刻迭代，为传统年味注入了数字时代的新

活力。

年货的迭代，本质是消费观念的升级与生活品质的提升。随着居民收入水平提高与科技普及，消费逻辑正从“实用导向”转向“体验导向”与“情感导向”。年轻人买智能眼镜，追求便捷与新潮；晚辈送适老化产品给长辈，传递关怀与孝心，这些消费选择都承载着超越物质本身的情感价值。

年货迭代从不意味着对传统的摒弃，而是在传承中创新。科技年货并未取代春联、“福”字等传统年货，而是与之互补共生，让春节既保留文化根脉，又兼具时代气息。这种迭代值得肯定，它不仅让年味更有温度、更富质感，更见证着社会的进步与生活的向好。随着科技持续渗透，相信未来的年货清单将更加多元，而不变的，始终是藏在年货里的团圆期盼与美好生活向往。

□苑广阔



守护出行安全

记者2日获悉，工业和信息化部组织制定的强制性国家标准《汽车门把手安全技术要求》(GB 48001—2026)近日由国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会批准发布，将于2027年1月1日起实施。据介绍，这一标准明确规定了车门把手的机械释放配置要求，开启车门、布置区域、操作空间要求，以及车门内把手标志和操作说明要求等，重点解决车门外把手操作不便和事故后无法开启，车门内把手操作便利性差、部分场景下功能丧失，以及车门内把手识别性差等痛点问题。(2月2日新华社)

□邵怡明

■世象漫说



守护出行安全

记者2日获悉，工业和信息化部组织制定的强制性国家标准《汽车门把手安全技术要求》(GB 48001—2026)近日由国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会批准发布，将于2027年1月1日起实施。据介绍，这一标准明确规定了车门把手的机械释放配置要求，开启车门、布置区域、操作空间要求，以及车门内把手标志和操作说明要求等，重点解决车门外把手操作不便和事故后无法开启，车门内把手操作便利性差、部分场景下功能丧失，以及车门内把手识别性差等痛点问题。(2月2日新华社)

□邵怡明