

推动历史经典产业“破茧成蝶”，让老手艺既叫好又叫座

本报评论员 韩轹超

业集群，形成梯次分布、优势互补的产业布局；部署到2030年，培育形成一批世界一流企业和知名品牌，推动迈向全球价值链中高端。这是国家层面首次针对历史经典产业制定的产业政策文件。

丝绸、茶叶、瓷器、中药、酿造、工艺美术、文房四宝……类似文化底蕴深厚的中华传统特色产业，属历史经典产业范畴，是中华文明的智慧结晶和民族瑰宝。据不完全统计，我国历史经典产业代表性行业规上企业约2.5万家，用工人数近350万人，年营业收入规模达8万亿元，已成为传承中华文化、激活特色经济、推动乡村振兴、促进就业增收的重要支撑。

然而，历史经典产业发展也有一些“成长的烦恼”。比如，品牌建设滞后、附加值不高、好工艺没有卖出好价钱、好产品没有形成好品牌。以丝绸产品为例，目前90%用于出口，以原料初级加工和“代工”为主，自主品牌市场话语权不足；很多传统工艺从艺周期长、劳动强度大、初期收益低，对年轻人吸引力不足，人才队伍青黄不接；一些老产品难以精准对接消费新需求，供给和消费存在一定程度错配，创新后劲不足。

家底很厚，但不会经营；产业体量巨大，但企业规模分散、标准化程度不高；产业扶持分散在多个部门，缺少跨部门统筹……此番国家层面首次针对历史经典产业制定产业政策文件，正是瞄准一系列堵点、痛点进行靶向施策。其中，“支持”“鼓励”“开展”“打造”等高频关键词将宏大叙事拆解为普通人和企业都能看得见、摸得着的具体行动。这份带着时间表、路线图的“实操手册”，具有很强的现实针对性和可操作性。

比如，在促进产业高端化发展方面，提出鼓励经典名企与一线品牌、知名设计师等跨界合作，开发培育高附加值经典名品精品；在加快产业智能化升级方面，提出编制人工智能赋能历史经典产业实施指南，支持优势产区探索建设“产业大脑”；在促进历史经典产业多元融合发展方面，提出推动历史经典产品纳入“城市礼物”“乡村好物”等旅游产品推荐名录，支持商圈、步行街、景区、文化产业园区设立创意市集和智慧体验店。在强化质量建设和标准引领方面，提出加快历史经典产业国家标准研制供给，重点补齐产品质量、工艺规范、绿色生产标准短板，支持丝绸、瓷器、中药、茶叶等优势领域

参与国际标准化修订。

传统工艺是历史留给我们的瑰宝，高质量发展是时代赋予我们的考题。历史经典产业高质量发展被正式纳入国家顶层设计，有望实现文化保护、产业发展、富民增收的同频共振。一方面，相关政策可进一步提振相关行业和企业的信心，使其找到更清晰的发展路径，收获更可观的发展成效。另一方面，相关建议和举措的落地，也有望使历史经典产业以更加生动鲜活、可感可及的方式融入大众日常，即经典将不再是博物馆里的展品，而是走进千家万户的生活方式。

南黎锦、广东香云纱多次登上国际时装周舞台；宁夏麻编、浙江湖笔、广西壮锦等非遗工坊的创意产品入选2026年国际足联世界杯官方授权产品……老手艺在世界舞台频频亮相，说明历史经典产业具有广阔的发展前景，存在以经典技艺“出圈”带动产业“出彩”的无限可能。以产业滋养匠心，以创新延续文脉，政策带来的积极效应值得期待，愿历史经典产业的“破茧成蝶”，能在探索传统赛道培育新质生产力可行路径的同时，进一步促进消费潜能释放，实现历史文化厚度、民生温度和市场热度的多赢。

社评

中国新闻名专栏

历史经典产业高质量发展被正式纳入国家顶层设计，有望实现文化保护、产业发展、富民增收的同频共振。愿历史经典产业的“破茧成蝶”，能在探索传统赛道培育新质生产力可行路径的同时，进一步促进消费潜能释放，实现历史文化厚度、民生温度和市场热度的多赢。

据《工人日报》等多家媒体报道，近日，工业和信息化部等6部门发布《关于推动历史经典产业高质量发展的意见》，提出到2028年，培育50家百亿规模龙头企业，塑造100个中国消费名品，打造若干千亿级规模特色产

虚构百万捐款立人设？ 表演式慈善终会现原形

胡欣红

据央广网报道，近期，在多地出现洪涝灾害后，社会各界纷纷伸出援手，然而为博取流量，有人却动了歪心思。9月7日，有网友称，某平台网红“安澜”宣传捐款百万元，实际只捐1元。在其账号发布的内容中，“捐款给广西壮族自治区红十字会百万”的截图放在首页头条，图上的捐款日期为7月17日。该网红发帖表示“灾后重建，略尽绵薄之力”，引发上千点赞，迅速涨粉至3.1万。记者致电广西壮族自治区红十字会，工作人员表示，7月17日并未收到个人单笔百万元捐款，根据网友反馈的姓名查询到当日一笔1元捐款，但与该网红晒出的账户尾号不符。目前，该用户已被平台禁言。

捐1元丢人吗？灾情面前，普通人捐几元、几十元、几百元，都值得尊重。善心不分多少，真诚最可贵，这位网红一键修图把“1元”包装成“百万”，利用爱心捐款打造人设，吸引眼球，才是对灾区群众、对所有捐款者的最大不敬。洪水面前愿意伸手，本是好事，偏偏有人要用假善举来收割好感，这是整件事最惹人厌恶的地方。

值得警惕的是，“表演式捐款”并非只此一例。比如，就在“安澜”之前，媒体刚曝光网络用户“秋叶白”诈捐10万元一事；今年7月，某网民为打造“公益好人”人设，搜集外地灾情素材，利用AI伪造公益捐款凭证，虚构救灾行善事实，对外谎称代表粉丝、支持者向灾区捐款。灾情和捐款本该是被严肃对待的事情，在这些人眼里却成了可以随意编排的“剧本”。当一次又一次伪善被曝光，人们的同情心会被慢慢透支，往后真正的救灾募捐、真实的求助信息，反而可能遭到无端怀疑，这是我们所不希望看到的。

对于“诈捐”的博主，光靠谴责和禁言远远不够。平台更要想办法从源头堵漏，慈善机构可以依法追讨兑现，公安机关应当对编造虚假信息亮剑，让每一个想拿灾情发财的人先掂量一下造假的成本——唯有各尽其责，“流量碰瓷公益”才不会有生存空间。奉劝患上“流量病”的网红博主们，捐多捐少都是心意，量力而行、真实为先，这是慈善最朴素的底线。



图说

误读

据极目新闻报道，近日，有海南网友发帖称，其在电商平台网购商品，多个商家见收货地址是海南岛，有的不支持下单，有的接单后又要求顾客退单。商家表示因海南禁塑，其商品或包装材料中有塑料，快递不接订单。当地有关部门表示，是商家误解政策扩大了禁塑范围。

国内相关地方颁发严格的禁限一次性塑料制品的规定，发布相关禁止名录，这在环保的语境下无可厚非。与此同时，我国有数十万家快递收寄网点，未必都能详尽了解某一地方的具体政策，快递公司在被罚款的风险下选择对某个地区“一刀切”禁运，可能也是一种无奈。常规快递不可避免地含有塑料外包装袋或封口胶带，许多生活用品也难免带有塑料配件，这些情形是否属于“禁”的范畴、哪些能够豁免，本不该是“公说公有理、婆说婆有理”的难题。一边是环保要求，一边是消费需求和承压压力，尽可能寻求“最大公约数”，把握好禁与放的分寸，别让政策被误读和极端化执行，才能进一步守护消费热情、畅通物流通道。

赵春青/图 吴迪/文

“犹豫期”拟入法，给投保人“后悔权”上一道保险

刘少华

据近日《证券日报》报道，9月4日，国家金融监督管理总局就《中华人民共和国保险法（修订草案征求意见稿）》公开征求意见。修订草案首次以法律形式确立了犹豫期制度。修订草案第五十条提出，保险期间一年以上的人身保险合同，应当按照相关监管机构的规定设置犹豫期。投保人在犹豫期内有权解除保险合同，保险人应当及时退还保险费。

所谓犹豫期，也被称为“后悔期”，即投保人在签订保险合同后一定期限内可以要求解除合同，而不用承担任何违约责任。对于投保人来说，有了犹豫期，一定程度上可以避免被不专业的销售误导，也能更加理性地选择保险产品。事实上，犹豫期的提法早已有之，监管部门也曾根据保险类型和销售渠道作出过相关规定。此番草案拟将犹豫期写进保险

法，意味着这一制度将从行业惯例上升为法律规定，投保人的“后悔权”有望获得更有力的保护。

长期以来，因一些保险产品条款复杂、专业性强，消费者在购买环节往往处于信息弱势地位。个别销售人员为追求业绩而夸大收益、淡化风险，甚至诱导消费者仓促投保。而一些时候，一旦消费者缴费后发现产品与预期不符，退保却阻碍重重、套路重重，且维权艰难。犹豫期制度的入法，正是对这一痛点的精准回应。它赋予投保人在冷静期内“反悔”的权利，也有利于优化行业生态，维护市场秩序。

当然，犹豫期入法也不是单方面给保险公司套上枷锁。明确的法律规定，反而能减少很多不必要的退保纠纷和投诉。曾经，部分消费者过了犹豫期才发现合同不符预期，此时退保往往要承担高额的手续费，双方很容易陷入拉扯，既消耗消费者的精力，也占用保险行业大量的售后和调解资源。而犹豫期

入法，相当于给整个交易流程划清了权责边界，也倒逼保险公司在销售前端就把条款讲透，而不是靠模糊宣传促成签单。

良法更需善治。若想让法定犹豫期真正惠及群众，监管层面还须细化配套执行规则。一方面，可进一步明确犹豫期时长、起算节点、退款标准等规则，杜绝各家机构各行其是；另一方面，强化日常监管与违规惩戒，对刻意隐瞒规则、阻挠消费者正常退保、拖延退款的机构严肃追责。此外，消费者也需理性用好这项权利，审慎对待投保决策，合理利用犹豫期复核保单，切勿盲目投保、随意退保。保险公司更应将销售佣金与长期服务品质挂钩，引导代理人提升专业度和服务透明度。

犹豫期拟入法，是法治对民生诉求的及时回应，让普通人在面对厚厚一沓保险合同时，能有更多想一想、问一问的余地。当“后悔权”有了法律撑腰，保险行业的虚假营销和注水宣传，自然也会越来越少。

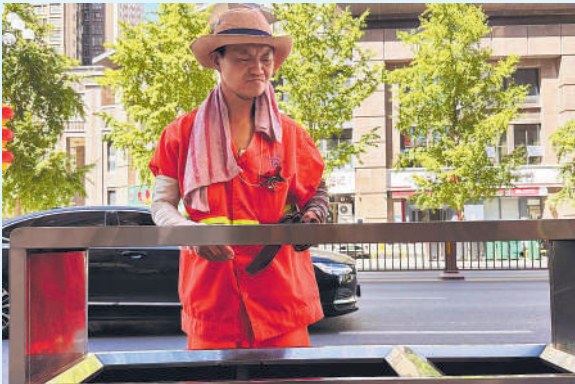
力量，形成了良性、可持续的公益链条。众多受助学子走出校园，站稳脚跟后，纷纷主动反哺项目，将曾经收到的温暖传递给学弟学妹，完成了从受助者到施助者的身份蜕变。

这份善意的辐射半径仍在扩大。随着“暖心饭卡”受到关注，越来越多高校开始做出改变。比如，东南大学、南京邮电大学、江南大学等高校纷纷推出大数据定向餐补，无感知资助等举措，让精准助学、暖心助学成为高校育人新风尚。同时，南京理工也在持续延伸助学链条，对于筛查出的困难学生，同步配套心理疏导、学业帮扶、就业指导等服务，实现物质纾困、心理关怀、成长赋能的全方位帮扶。这些反思与改变，也为新时代学生资助工作提供了新思路：助学除了完成帮扶，更要守护成长、传递温暖、涵养品格。

师长不动声色的守护，学校“偷偷打钱”的关爱，足以照亮许多学子的生活。期待更多高校在助学项目中，多一些将心比心与设身处地，细心呵护那些稚嫩而脆弱的心灵，托举更多学子自强不息、向阳生长。

融媒作品选粹

把垃圾箱擦锃亮的环卫工找到了



8月31日，记者在陕西宝鸡找到了把垃圾箱擦得锃亮的环卫工李文彬。他将洗洁精混合水喷在垃圾箱外露的5个面上，反复擦洗，不到5分钟，垃圾箱便一尘不染。干环卫17年，无论刮风下雨，他始终坚持同一标准。面对突然走红，他只说：“干什么事都要认真真，干一行爱一行。”（本报记者 杨召奎 祝盼 姜雨晴）

►扫描二维码，观看工人日报融合报道《【第一现场】把垃圾箱擦锃亮的环卫工找到了》



教师节，工会也收到了祝福



教师节到来，工会干部既为教师职工送祝福，也因承担培训服务收到学员祝福。黑龙江省工会干部学院建设职工心理健康教学实践区，已服务1961人次；双鸭山市工会与法院协同追回欠薪4.12万元；七台河开展劳动法律监督员技能竞赛；鹤岗矿区“金秋助学”吸引企业参与。（本报记者 张世光）

►扫描二维码，观看工人日报融合报道《教师节，工会不仅可以送祝福还可以收祝福》



“葫芦娃爷爷”为游客安全摘葫芦



浙江绍兴，“葫芦娃爷爷”陈金敖剪下了家中的葫芦。说起摘下葫芦时的心情，他坦言自己很不情愿，也很舍不得。但游客越聚越多，对面最多时有1000多人，他担心发生安全问题，最终还是决定摘下。记者在现场注意到，原葫芦摘下后，“山寨版”葫芦已经出现。（本报记者 王佳珺 杨召奎 姜雨晴）

►扫描二维码，观看工人日报融合报道《【第一现场】“葫芦娃爷爷”谈摘下葫芦：很舍不得，但担心游客安全“山寨版”葫芦已出现》



为企业谋长远的ESG规划师



11月至次年3月，是企业可持续发展规划师马熙宁最忙的时段。她要撰写ESG报告、提升评级、开展绿色融资，还要把国际ESG标准“翻译”成企业内部可落地的行动。企业出海时，她还需兼顾东道国法规与中国企业实际。这份工作不为企业赚快钱，却能帮助企业打开新市场、履行社会责任。（本报记者 董鲁豫 王凤仪）

►扫描二维码，观看工人日报融合报道《不为企业赚快钱，却决定企业能活多少年 | 三工视频·新360行之企业可持续发展规划师》



整理 白至洁

王志顺

据近日《人民日报》报道，9月1日，第十三届中华慈善奖在北京举行表彰大会，“南京理工大学瑞华暖心饭卡”成为唯一获奖的高校项目。无需申请，也不公示，数据找人、悄悄打钱——项目启动10年来，累计接收校友、师生、社会企业、爱心人士9958人次捐赠，善款总额978万元，资助学生超4.1万人次，共计790万余元。这份维护尊严的精准资助，润物无声的默默守护，在助人中实现树人、立人。

传统模式下，高校助学的流程多为学生自主申报、层层审核、公开公示，虽制度规范、流

程透明，有时却也暗藏短板。比如，一些家境贫寒的学生，出于自尊心，或许不愿主动递交贫困证明、参与公开评议，宁可省吃俭用委屈自己，也不想在他人的目光下接受帮扶。这种做法让助学的善意平添一丝尴尬的意味，也让部分真正需要帮助的学生错失资助机会。

南京理工大学“暖心饭卡”项目的价值，首先在于完善了助学流程，实现了从“学生求助”到“学校寻人”的转变。从抓取学生在食堂的消费情况进行分析，到逐渐将统计范围扩大到校内外的教育超市、水吧等消费场所；从只考量实体卡的支付数据，到整合实体卡和移动端的总数据，该校在实践中不断调整优化，确保数据“找到人”“找准人”。此类以数据

为支撑的精准帮扶方式，剥离了主观评判的偏差，更打消了贫困生的心理负担。帮扶无声、善意无痕，每月几百元的资助，解决了学子“吃饭难”的现实困境，也守住了青年人的尊严，这种教育帮扶的“人文进阶”值得点赞。

饭卡里悄然增加的余额，不仅补齐了三餐的温饱缺口，更在潜移默化中滋养心灵、塑造品格。“暖心饭卡”让学子明白：贫困是暂时的生活境遇，而非永久的身份标签；帮扶不是施舍，而是善意的接力。这种价值熏陶润物无声，将立德树人的融入日常细微之处，让助学帮扶成为最生动的思政课堂，充分彰显了“大学之大”。于是，善意生根发芽，逐渐长成树荫。10年间，项目汇聚校友、师生、社会企业的爱心