



### 别用信贷博股财

郭德鑫

近日,上证指数连续攀升,刷新近十年新高,吸引了不少散户筹措资金投身股市。近期多家银行发布公告强调,信用卡资金不得用于股票、基金等投资理财领域,还有银行对信用卡预借现金的使用升级了监管措施。——防范金融风险是维护市场稳定的必要之举,一时冲动或将带来难以承受的后果。

## 鲁迅同款毛背心火了

文/一瑾 图/王进城

二画一议

在近日结束的2025年上海书展上,一件“鲁迅同款毛背心”意外走红。这款背心是以1930年鲁迅先生穿过的、由许广平亲手编织的绞花背心为原型,复刻的文创产品。

这款文创背心获广泛好评,莫言、赵冬梅、马未都等名人学者也纷纷上身试穿。大家称赞穿上后“慵懒松弛,有文豪风”,甚至还说穿上后感觉“写稿子更快了”……玩笑归玩笑,但也反映出人们对这款毛背心的喜爱,而且也是一种文化符号的重构——鲁迅先生,从神坛走向日常。

长期以来,鲁迅在公众记忆中的形象多被固化:眉头紧锁、文风如刀,是“民族的脊梁”,而这件毛背心,却向我们展示了一个不太一样的鲁迅,一个爱时尚、有生活情趣的普通人。

“鲁迅同款毛背心”的走红,为经典文化的活化传播提供了新思路。它通过细节还原让板着脸的“文学巨匠”变成了人们生活中可触摸、可互动的“文化搭子”。人们购买文创产品的同时,其实也在为“文化认同”买单。

当然,对文创产品,尤其与名人有关的文创产品开发,需平衡好创新与尊重的边界。避免过度娱乐化、低俗化地处理名人形象,同时还要符合法律法规要求。



### 不守信的“红娘”

沈海涛

“工作太忙,圈子太小,想找个靠谱平台帮忙介绍对象,没想到被坑了。”林女士在某婚恋机构花费2万多元购买“一对一红娘服务”,发现与承诺严重不符,要求退款却遭拒绝。个别婚恋机构在提供“脱单”服务过程中,存在收费混乱、虚假宣传、服务缩水等问题。

——本以为花钱能找到“心上人”,结果却买来了“扎心经历”。



### 超级奶爸区更时尚

施晓丹

近日,北京朝阳大悦城商场将母婴室更改为育婴室,北京惠多港购物中心除了母婴室外,还设有专门的“父婴室”,此举获得很多网友点赞。

——带娃不是妈妈的专属任务,商场一个小变化,背后是社会观念的大进步。



### “图”里门道

一手交钱一手抓鳄

马宏亮

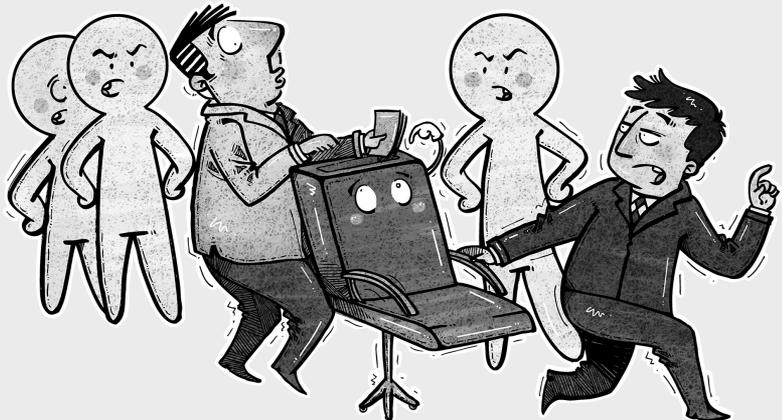


广东中山市第二人民法院有一批活鳄鱼正在变卖,总价16.8万元。引人注目的是,这批鳄鱼的竞买人需自行负责抓捕、运输,并需具备相关的资质要求。法院相关人员特地强调:“鳄鱼本身是没问题,健康条件挺好。”

——拍卖是交钱拿货,拍鳄鱼得自带“捕鳄技能”。

工位也得花钱

张叶



在广州设计院集团有限公司岩土与地下空间院,想上班得自己掏钱买工位。只有“高工及以上”、“副所长及以上”或“注册师”才有资格竞拍窗边位置,且明码标价每月400~500元。后来又改成抓阄分配,在劳动监察部门介入后,这个奇葩方案才被叫停。

——上班本是赚工资,却需要先给工位“上供”,太离谱!

### 《讽刺与幽默》新媒体

强国号  
(下载学习强国App  
我的-订阅-搜索  
讽刺与幽默报-添加)

微博



微信公众号



抖音

