

探访

□ 本报记者 梁方圆 李秋旸

# 医院搞文创是“不务正业”吗

《关于进一步加强新时代  
卫生健康文化建设的意见》提出

推动卫生健康文化事业  
和文化产业繁荣发展

从北京安贞医院通州院区里连接门诊与住院病房的医学艺术长廊,到北京朝阳医院“朝医直播间”里通俗易懂的健康科普,再到多家医院陆续推出的文创产品与健康商品——医院这些创新尝试,正在冰冷的医疗器械与繁复的医学数据之外,悄然构建起一片兼具温度又易感知的医疗人文空间。

与此同时,质疑与思考也随之而来:医院是看病的地方,做文创是不是“不务正业”?有限的资金应该优先用于更新设备、扩充医务人员,而非投入文化建设……医疗文化建设,到底是资源“分流”,还是诊疗服务的场景“延伸”?医疗文创又该如何平衡医学的严谨性与传播的趣味性?记者走进多家医疗机构,就此进行了实地探访。

## 严把科普准确度

走进位于北京市王府井大街的协和时光文创店,各类新奇有趣的商品琳琅满目,包括以人体器官为原型的毛绒挂件、脊柱造型咖啡杯、印有“精装大脑”“满血状态”这些趣味标签的创意徽章盲盒等。“这里的文创既有大胆创意,又有科普价值。”顾客小琳说,“不仅我喜欢,我医学专业的朋友也觉得有趣,还可以找到职业认同感。”

在北京朝阳医院,“朝医直播间”已成为常态科普栏目。医护人员走上镜头,用通俗语言讲解常见病、多发病预防知识,用真实案例提醒公众科学就医,形式轻松活泼,内容权威可靠,实现了严肃科普的“软着陆”。

过去,医学知识多停留在教科书、化验单和医嘱里,门槛高、距离远;如今,文创、直播、沉浸式体验等方式,正在把深奥专业的医学知识,“翻译”成公众看得懂、记得住、传得开的内容,让健康科普走进日常,也让医学形象更加可亲可感。

然而,在医学符号被“萌化”的背后,如何平衡科学与通俗、娱乐与严肃,成为医院文创的争议热点。医院文创自带科普属性,一旦信息偏差,表达夸张,就可能误导公众,甚至带来健康风险。业内普遍认为,形式创新只是手段,准确性才是医院文创的立身之本。“我们非常注重科普准确性,产品都由医学院师生参与设计审核。”协和时光文创店工作人员徐洪迅介绍,专业把关是文创上线的必经环节,确保造型、表述、功能不违背医学常识。在不少医院,文创开发、科普内容发布均设有审核流程,由临床、护理、公卫等专业人员把关,守住医学底线。

一位医院内部宣传部门的工作人员透露,当前国内医疗机构文创产品的开发多以文化传播为核心导向,售卖变现并非首要目标。文创开发应明确严肃医疗指导类内容与一般性健康科普内容的边界,针对不同类型内容适配差异化的呈现方式,确保科普内容与受众认知水平、场景需求精准匹配。

## 治病与关怀并重

采访中,也有部分患者表达了疑虑:医院应该把钱花在设备、医生、改善就医环境上,在诊疗资源依然紧张的背景下,投入人力物力开展文化建设,这是否本末倒置?争议的核心,是公众对医院功能定位的



图① 以器官为原型的毛绒挂件等文创产品。

本报记者 梁方圆摄

图② 脊柱造型的创意陶瓷咖啡杯。

本报记者 李秋旸摄

理解正在发生变化。当前,医疗服务模式正在经历深刻转型——从“以治病为中心”转向“以健康为中心”。“传统模式侧重于临床诊断与生理指标,常忽视患者的心理情绪与社会需求,易导致‘人文关怀缺失’及医患矛盾。如今,医院的功能已超越单纯治疗,扩展为覆盖健康促进、疾病预防、心理支持、康复指导的全周期健康服务链条。”河北省中医院宣传部部长韩艳娥认为,医院加强文化建设并非偏离主业,而是对医疗本质的回归与延伸,是对服务的深化拓展。例如,中医“医乃仁术”的理念与“望闻问切”中强调的沟通与共情,正是以现代方式实践对患者全方位的关怀。

医疗文化建设,正是这一转型的直观体现。艺术长廊、温馨候诊区可以舒缓患者焦虑情绪;文创与科普把健康关口前移,有助于提升公众健康素养;医务社工为患者提供心理疏导、社会支持,能帮助化解诊疗之外的矛盾与困扰。

北京市卫生健康委员会在解读《关于发展医务社会工作的实施意见》时指出,医务社工是医疗机构多学科诊疗团队的重要组成部分,为患者提供诊疗以外的心理、社会层面专业服务。这意味着,人文关怀早已不是“可选项”,而是现代医疗的“必答题”。

多位业内人士表示,医疗技术与人文关怀并非对立。短期看,文化建设需要一定投入;但从长远看,患者满意度提升、医患信任增强、医务人员职业归属感提高,有助于减少纠纷、提升效率、降低成本。

“患者最在意的永远是看得顺、看得好、看得舒服。”北京市某三甲医院医管所工作人员认为,文化建设不是“面子工程”,最终

要落到改善就医体验上。无论是减少排队时间、优化就诊流程,还是提升沟通质量、美化诊疗环境,都是医疗人文的真实体现。

## 融合要有效适度

记者在调查中发现,医疗文化建设的初衷虽好,但部分医院在实际落地中却走了样:有的盲目跟风做文创,产品同质化、设计粗糙,缺乏医学内涵和实用性;有的重活动数量、轻实际效果,为完成任务搞展演、做宣传,与患者需求脱节;还有的将文化建设压力转嫁给一线医护人员,挤占临床时间,增加额外负担。

上述医院宣传部门的工作人员坦言,问题症结在于文化建设与医疗主业脱节,没有把握好“适度”与“融合”。

比如,目标导向跑偏,将文创数量、活动场次当作成绩,忽视患者真实需求与实际传播效果,陷入“为文化而文化”的误区。资源配置错位,把资金投入包装、宣传、场面,却

不愿在优化流程、改善候诊条件、提升沟通质量上下功夫,人文关怀停留在表面。

上海交通大学国际与公共事务学院助理研究员张静如认为,医院文创产品在设计过程中应把握尊重生命的底线,通过产品传递安全感和信任感,让产品成为医患关系情感的纽带。

从改善就医环境、推行预约诊疗、优化诊区布局,到加强医患沟通、开展健康科普、壮大医务社工队伍,各地医疗机构不断将人文理念融入服务全过程。不少医院还将文创收益、科普资源反哺公益义诊、健康帮扶和困难患者救助,让文化建设形成良性循环。

业内普遍认为,医疗的根基永远是诊疗质量。没有过硬的技术、规范的流程、负责的态度,再多文创、再美装饰也站不住脚。医疗文化建设,不是主业之外的“点缀”,而是围绕患者需求展开的服务升级。

## 猪价跌至近8年低点——

# 产能调整是后市回暖关键

本报记者 黄俊毅

## 旧手机为啥突然值钱了

大量选择正规回收渠道

废旧手机中存储着海量个人信息、通讯录、支付记录等敏感信息。非正规回收渠道可能通过技术手段恢复已删除的数据,甚至倒卖用户信息。

消费者在出售前应将照片、通讯录、聊天记录等转移到新设备或云端,退出所有支付、社交、云服务账号和旧设备中所有应用的登录状态,必要时可修改重要账户密码。恢复出厂设置后,可再度存入一些无关紧要的内容后再次格式化,如此反复2次至3次,彻底覆盖原始数据痕迹。

消费者应尽量选择正规回收平台或线下正规门店进行交易。提前对手机进行全面检查,包括品牌、型号、外观、屏幕、电池以及其他功能是否正常,并如实地向回收方说明,以免影响回收价格。在回收手机时,向回收方索要回收凭证,注明手机型号、回收价格、交易时间等信息,以备后续查询或维权使用。

(文/本报记者 黄鑫) 更多报道 请扫二维码

春节过后,生猪市场便迎来一波持续下行的行情。

农业农村部监测数据显示,全国生猪价格在1月最后一周短暂冲高至每公斤13.43元后开始回落,至3月第4周已跌至每公斤10.68元,环比下跌3.3%,同比下跌29.8%。猪肉价格走势相似,从2月第1周每公斤23.87元的高点一路下行,3月第4周为每公斤21.52元,环比下跌2.2%,同比下跌17.8%。

仔猪市场则呈现先涨后跌的走势。受节前补栏预期影响,仔猪价格曾连续8周上涨至2月最后一周的每公斤27.67元,但随后因猪价持续低迷、养殖户补栏积极性回落,3月第4周已跌至25.42元,环比下跌3.0%,同比下跌33.3%。

从批发市场看,猪肉价格同样低迷。北京新发地农产品批发市场统计部经理刘通介绍,当前猪肉价格已跌至近8年来的最低点。3月27日,新发地市场白条猪批发平均价是每公斤12.10元,比一周前的3月20日的每公斤12.65元下降4.35%。

从养殖端看,连续亏损6个月。中国农业科学院北京畜牧兽医研究所研究员朱增勇透露,生猪养殖从2025年10月开始全行业亏损,截至2026年3月已连续亏损6个月。饲料成本方面,玉米价格始终高于去年同期,3月第4周每公斤2.50元,同比上涨5.9%;豆粕价格虽同比下跌3.9%,但仍在每公斤3.46元的高位,养殖成本压力不减。

猪价持续下跌,原因何在?业内专家表示,根本原因在于产能压缩缓慢,以及全年消费需求最淡季与供应充足带来的双重压力。

从供给端看,生猪出栏量持续处于高位。朱增勇表示,2025年上半年全国能繁母猪存栏持续处于高位,叠加生产效率提升,三季度新生仔猪量惯性增长,2026年一季度生猪供应仍将充足。农业农村部数据显示,2026年1月至2月,全国生猪定点屠宰企业屠宰量7581万头,同比增加21.9%,其中2月份为3177万头,同比增加40.7%。

北京新发地市场的上市量也印证了这一点。3月21日至3月27日当周,北京新发地白条猪日均上市量为1896.57头,去年同期日均上市量为1748.43头,同比增加8.47%。

更值得关注的是,大体型白条猪在市场上占比较高。刘通表示,这些大体型猪压栏时间过长,反映出此前养殖户对后市预期过高、压栏惜售的心态。在这些压栏猪尚未被市场消化之前,猪价很难出现实质性回升。

从需求端看,节后猪肉消费快速进入淡季。不过,刘通透露了一个新的市场信号:近期单位食堂用肉明显增加,有的甚至超过春节前,肉比部分菜价格便宜的优势正在刺激消费。这说明肉价低迷并非消费能力不足,而是供应过于充足所致。

猪肉进口方面,中国海关数据显示,2026年1月至2月,猪肉进口12.0万吨,同比减少34.9%,其中2月份进

近期,甘肃白银市将招聘会搬进商场夜市,打破传统招聘场景局限,用精准岗位有效对接产业发展需求,为破解企业“招工难”、群众“就业难”的双向困境探索新路径。

类似的尝试已在多地开展。今年2月,南京市在金贸览秀城、老门东等地重启“人才夜市”,提供岗位近2000个,50余家企业到场招揽人才。宁夏也于近日印发通知,创新推行“技能夜校”培训与“人才夜市”招聘联动机制,开通就业服务“夜班车”,破解求职者工学矛盾。

赵梅

就业是民生之本,一头连着千家万户的生计,一头连着企业发展与经济大盘。传统招聘会往往受时间、地点、形式限制,难以覆盖更多有需求的求职者,容易出现企业与求职者“双向奔赴却难相遇”的问题。“人才夜市”则充分利用夜市人流量大、氛围轻松、形式亲民的独特优势,营造出富有吸引力的互动环境。去年以来,甘肃省人力资源市场借助大型商圈、夜市、美食街等场所,组织举办了系列招聘活动21场次,累计组织用人单位459家次,提供就业岗位1.36万个,直播带岗吸引24.4万人次在线观看。

破解就业难题,关键在于贴近群众、贴近需求,不断创新招聘形式。把招聘会搬出封闭“会场”,走进开放“广场”,利用夜间、节假日等人流高峰开展服务,有效降低了求职时间成本与心理门槛。对求职者而言,少了拘谨压力,多了从容选择;对企业来说,也能接触到更广泛的求职群体,招工效率显著提升,真正实现了便民利民、惠企增效。

考虑到夜市服务半径有限、部分行业适配度低、宣传力度不足等问题,破解就业难题,还要持续优化发展路径,让岗位与产业、技能精准匹配。需紧盯本地主导产业和重点企业,定向开发岗位、集中发布信息,避免岗位与需求脱节。同时联动院校开展专业共建、实习对接,把人才培养端口前移,从源头缓解结构性就业矛盾,把就业服务从“送岗位”延伸为“全链条帮扶”,不局限在举办招聘活动,要同步做好政策解读、技能培训、创业指导、权益保障,借助数字化手段普及政策,把服务做细做实。

就业服务贵在常态、重在长效。一次招聘活动能解决的问题有限,只有常态化服务才能稳就业。要立足当地实际,持续打造特色就业服务品牌,通过线上线下联动、常年不间断开展,让企业招工有渠道、群众就业有门路、人才发展有空间,以实实在在的举措,让就业服务更有力度、更有效率、更有温度。

问:近日,“3个旧手机能换一台iPhone”“旧手机回收价暴涨五六倍”等话题相继登上热搜。曾经在家里吃灰的旧手机,为何成了“香饽饽”,甚至一天一个价?

答:此轮旧手机回收价格上涨,主要原因在于人工智能浪潮带动整体存储芯片产能紧张,消费电子存储供需失衡、价格走高;芯片新增产能扩产周期长、成本高,下游厂商转而大量回收旧手机拆解芯片补缺口,推高了旧手机回收价。

## 以存储芯片二次利用为主

废旧手机不再被简单地当作垃圾处理,而是主要进入零部件拆解与再利用环节,尤其以存储芯片二次利用为主。比如供给智能门锁、监控摄像头、车载中控等智能硬件厂商,作为低成本的核心存储部件;用于老旧设备的维修和内存扩容;适配入门级平板、学习机等小众数码产品等,用途非常广泛。

农业农村部数据显示  
2026年1月至2月

全国生猪定点屠宰企业屠宰量 7581万头

▲ 同比增加21.9%

其中2月份为 3177万头

同比增加40.7%