



全国服务消费相关行业日均销售收入同比增长52.3%

春节假期服务消费火热 消费潜力加速释放

本报北京2月18日电(中青报·中青网记者张均斌)今天,记者从国家税务总局获悉,今年春节假期(初一至初八)全国服务消费相关行业日均销售收入同比增长52.3%,旅游、住宿、餐饮服务消费快速增长,文化体育服务消费热度上升。

税收大数据被称为“金矿账本”,其中,作为收入占比最大的税种,增值税发票涵盖国民经济各个领域,覆盖面广、及时性强,往往可以准确反映企业复产复销和经济运行情况。

增值税发票数据显示,今年旅游服务消费大幅增长。春节假期,受旅游市

场火热带动,旅行社及相关服务日均销售收入同比增长1.2倍,旅游游览和休闲观光服务日均销售收入同比分别增长70%和40%。

住宿餐饮服务消费保持较快增长。春节假期,受春节返乡及出行旅游需求带动,住宿服务日均销售收入同比增长25.4%,其中,经济型连锁酒店、旅游饭店日均销售收入同比分别增长35.2%、11.5%。民宿服务提供个性化消费场景受到游客欢迎,日均销售收入同比增长68.8%。餐饮服务日均销售收入同比增长31.5%。

文化体育服务热度上升。春节假期,

文化艺术服务日均销售收入同比增长86.7%,其中文艺创作与表演服务日均销售收入同比增长1.1倍。体育服务日均销售收入同比增长43.2%,其中体育健身服务、体育场馆服务日均销售收入同比分别增长45.8%、31.2%。

春节假期,长三角地区凭借特色旅游景点吸引较多游客,上海、江苏、浙江服务消费日均同比分别增长67.7%、46.8%和45%。受冰雪消费带动,外来游客较多,黑龙江住宿、餐饮日均销售收入同比分别增长1.8倍和1.2倍。冬季传统旅游旺地海南旅游游览服务增幅较高,日均同比

增长1倍。

国家税务总局有关负责人介绍,春节假期我国居民消费潜力加速释放,消费对经济的支撑作用持续凸显。各地税务部门推出春节办税缴费“不打烊”服务,依托办税服务厅值守、自助办税、网上办税等多种形式,持续推进“非接触式”办税缴费,全力保障纳税人缴费人多样化需求。税务部门将持续开展“便民办税春风行动”,充分发挥税收大数据作用,提高“好办事”的便利和“办成事”的效率,进一步打造市场化、法治化、国际化税收营商环境。

80亿元票房!春节档电影市场火爆

本报北京2月18日电(中青报·中青网记者蒋肖斌)今天,猫眼研究院发布《2024春节档电影数据洞察报告》(以下简称《报告》),数据显示,今年春节档电影总票房达80.16亿元,总观影人次达1.63亿,票房、观影人次及场次3项关键数据创下中国影史新高。

票房创新高的同时,今年春节档还折射

出电影市场多项发展新趋势:档期内异地购票占比39.2%,为近4年新高;三四线城市票房占比增长至58.9%,达5年最高;家庭式多人观影占比提升,合家欢喜剧更受欢迎。

《报告》显示,2024年春节档总票房80.16亿元,打破历史纪录,同比增长18.5%,总观影人次1.63亿,同比增长26.4%,观影需求达到新高,观影需求增长

的同时,春节档票价迎来回落。据统计,春节档平均票价连续两年下降,今年同比降低6.1%,为49.1元。其中一线城市降幅最大,平均票价下降9.3元,二三四线城市票价均有不同幅度的回落态势。

今年春节档首次出现4部“10亿票房俱乐部”影片,其中《热辣滚烫》《飞驰人生2》两部影片斩获超过20亿元票房。持续8天

的春节档稳定发力,日票房环比降幅较小。在正月初五,受情人节影响日票房出现小高峰,票房大盘环比增长25.2%。

相比往年,今年大年初一预售票房较低,而当日购票比例达到近5年最高水平,意味着人们逐渐养成临时观影的习惯。

观影频次方面,今年春节档人均观影1.19部,与2021年持平,观看3部影片比例达4年最高。异地购票方面,今年春节档异地购票占比为近5年最高。地域票房方面,三四线城市票房占比持续增长,由2019年的52.8%增长至58.9%,达5年内最高水平,展现出下沉市场蓬勃的观影需求。

更多“心理治疗”项目将纳入医保

(上接1版)

钟灿建议,将“心理治疗”项目纳入门诊慢性病统筹,像抑郁症等对他人威胁较小的精神疾病大多在门诊治疗,因此,应当纳入门诊慢性病统筹范围,由医保个人账户基金支付费用。

经过前期的电话沟通后,2023年8月,国家医保局给了钟灿一份详细的书面回复。在回复中,国家医保局表示,国家层面已将孤独症诊断访谈量表(ADI)测评项目、精神障碍作业疗法训练两项康复治疗纳入了基本医保支付范围。在此基础上,各省级医疗保障部门根据临床需求,医疗技

术发展、医保基金运行等实际情况,按程序将临床诊疗必需、安全有效、费用适宜且确定收费标准的治疗性医疗服务项目纳入本地区医保支付范围,其中也包括了部分心理治疗项目。

针对钟灿提出的将抑郁症等部分疾病纳入门诊慢性病统筹范围的建议,国家医保局在回复中指出,2021年国家医保局发布国家医疗保障待遇清单,进一步明确重症精神病人药物维持治疗等可参照住院管理和支付。基本医保实行属地管理,受地方经济社会发展、基金承受能力等方面的客观差异影响,各地基

本医保筹资和待遇水平不一,各地纳入门诊慢特病保障的病种范围也有差异。目前各地普遍已将重症精神病人药物维持治疗纳入保障范围。

国家医保局还表示,下一步,将指导地方做好医疗保障各项工作,巩固住院待遇水平,加强门诊共济保障,逐步提升门诊保障水平,健全重大疾病医疗保障和救助制度,更好保障包括精神疾病患者在内的各类参保人群医保权益。

国家医保局的回复一共4页,钟灿用笔勾画了很多地方,包括“基本医保实行属地管理”“各地纳入门诊慢特病保障的病种范围也有差异”“国家医保局将继续指导各省动态调整包括心理治疗之内等在内医疗

服务价格”等。钟灿告诉中青报·中青网记者,她对这份回复表示满意,虽然每个省份享受到的医保报销项目不一样,但是已经在一步步推动了。

2024年全国两会召开在即,钟灿打算今年提交的建议是聚焦精神科医生缺口较大。她了解到,报考精神科的学生比较少,而且在职的其他科医生如果想要转到精神科,需要到指定的精神专科医院进修两年,而转到到其他科,一般只需进修一年,这就导致了一些综合医院想要开设精神科,但是面临无医生可用的难题。钟灿说,她今年想在这方面呼吁一下,希望政府可以给予更多扶持。

95后高铁线路工扎根大山过春节

(上接1版)

高宇鹏走在最前面,拿砍刀清理阶梯两侧可能划伤人的树枝和杂草。大家小心翼翼跟在后面,扶着隔离栅栏向上攀爬,刚爬到一半,有的职工就感觉到腿部酸胀,呼吸也变得急促起来。

20分钟后,大家登上隧道顶,正喘着粗气,一列复兴号动车组从脚下的隧道呼啸而去。高宇鹏说:“这独特的视角只有我们能看到,很壮观。春节期间我们保障一趟趟高铁在山间安全地飞驰,很有成就感。”

“扫山检查完毕,大家要返回前往下一个隧道口。扫山不仅需要体力,更需要敏锐的观察力和责任心。”吴飞峰说,爬隧道,要时刻留意隧道结构,设备状况。由于山高坡陡,作业时要时刻保持警惕,注意自身安全并留

意周边环境潜在的危险。“不仅要注意草木、山石,还要注意随时可能出没的各种毒蛇。”

小伙子们的别样新年

工区小伙子们每次扫山需要七八个小时,遇到恶劣天气就更久一点。平日里,大家都是在沿线的村子就近找地方扒拉几口饭菜。除夕当天,附近商店早已关门歇业,他们只能随车带着饼干、面包、开水凑合一下。不大的工程车就成了他们流动的“家”,满足小伙子们最基础的需要。

为了保证出现紧急情况时能够第一时间进行应急响应,工区在浮梁东站和黟县东站分别设立了应急值守点,两人一班,进行周期轮换。

这个春节,值守点也成了小伙子们的家。2月2日,工长吴飞峰特意安排春节假期即将值守的小伙子们在小年夜提前吃团圆饭,大家聚在一起包了饺子。

“我们工区目前有11个人,6个人家在外省,分散在5个省份,最北到黑龙江,最南到广西,大家来自五湖四海,尤其是黄鼎恒和高宇鹏两个,都是家里的独生子,为了工作跑出来这么远,挺不容易的。今年春节,他们留在这里应急值守。”吴飞强介绍。

1990年出生的吴飞峰是工区的老大哥。“我是黄山本地人,家在屯溪区。”吴飞峰话音未落,身边的黄鼎恒抢着说:“是本地人不假,开车最多一小时,但就是平时没时间回家。”

在枯燥且单调的生活中,小伙子们也努力给自己的生活增添色彩。在芜湖工务段团组织的帮助下,仅2023年一年,工区

就有3个小伙子成功“脱单”。

2月9日下午3点,完成当天扫山任务的小伙子们,在各自值守点准备年夜饭。

“祝我们一屋,两人,三餐,四季平安,新年快乐!”晚上7点,陈讯举起手中的饮料庆祝新年的到来。这个除夕,陈讯和同事魏文生在黟县东站值守点度过。牛杂火锅、白灼虾、酱牛肉3个菜便是两个小伙子的年夜饭。

“知道我在浮梁东站过年,和我搭班的巡防员师傅给我送来了饺子,饺子是他女婿特意包的,他女婿和我是河南老乡。”任金鹏说。

“生活挺好的,就是有点无聊。”2月10日,正月初一晚12点,隔着屏幕,陈讯对工长吴飞峰说:“这个时候,对于我们铁路人来说,无聊就代表没有紧急状况,这就是最好的状态。”吴飞峰说。

出游热 消费旺 年味浓

(上接1版)

文化和旅游部相关负责人表示,2024年春节假期,受政策、供给、宣传等多种利好因素影响,城乡居民出游意愿高涨,出游人次和出游总花费等多项指标创历史新高,文化和旅游市场安全繁荣有序。

——国内游“南北互动”。在哈尔滨、长春、沈阳等地感受冰雪,去三亚、海口、广州等地温暖避寒。相关平台数据显示,春节假期,跨省游订单占比57%,同比去年翻番增长,“冰雪游”“避寒游”最为火爆;“古都游”也备受青睐,预订量同比增长115%。

“我专门换上汉服来看秦淮灯会,莲花灯、生肖龙灯都好震撼。”河南游客小陈大年初二和爸妈来到南京,开启古都“穿越”之旅。

——定制需求增多。今年春节假期,高品质文旅产品需求更旺盛,自由、个性化的定制游显著增长。携程数据显示,定制游订单同比增幅超5倍,西安、丽江、阆中等地区的年味主题定制线路今年春节订单同比增长超10倍。

此外,人出境旅游复苏加快。飞猪数据显示,出境游热门目的地正由“4小时飞行圈”向“12小时飞行圈”拓展,过半热门海外目的地订单超过2019年同期。

线上线下火热,消费潜力进一步激活

“今年春节旅游市场消费规模呈现旺盛活力,各地旅游需求延续强劲增长势头。”北京第二外国语学院首都文化和旅游发展研究院执行院长厉新建认为,多样旅游产品叠加传统节日体验,打造出“开开心心旅游去,欢欢喜喜过大年”的浓厚氛围。

线上线下火热,消费潜力进一步激活

“忙得脚不沾地。”成都吼堂老火锅的一位店长感慨。春节假期,她所在的门店平均每天翻台九到十轮以上,美团平台上排队等位上小时。

连日来,各地餐饮门店“热气腾腾”,餐厅门前排起长龙,不断刷新叫号提示。美团、大众点评数据显示,春节假期前5天,全国多人堂食套餐订单量较去年增长161%。

据商务部商务大数据监测,春节期间,全国重点零售和餐饮企业销售额同比增长8.5%,绿色有机食品、金银珠宝首饰同比增长20%左右;重点大型连锁超市即时零售销售额同比增长近10%,重点监测餐饮企业销售额同比增长17%。

重庆新世纪百货推出集平台补贴、商家折扣等多重优惠为一体的“潮聚中国年”主题促销活动;在安徽,老凤祥银楼上百家门店春节期间在美团直播间派送优惠福利;KTV里吃火锅、足疗店里看电影、游戏厅里抓娃娃,传统年味与多元业态结合,夜游、夜展、夜食、夜购、夜演等夜间消费业态不断升温。

“新潮”是消费关键词——马面裙、新中式等服饰成为爆款,车厘子、帝王蟹等更多进口“洋味道”出现在年夜饭中,洗碗机等智能产品销售快速增长。春节叠加情人节,京东数据显示,近期鲜花包裹寄递量较此前上涨3倍。

国务院发展研究中心市场经济研究所研究员陈丽芬认为,各地促消费重点聚焦具有消费增长潜力的传统大宗消费和新型消费领域,同时依托本地特色优势,打造出多元化消费场景、多层次消费体验。

“文化大餐”精彩纷呈

春节档电影票房突破80亿元,各大博物馆一票难求,非遗民俗表演现场人头攒动……主题多样、精彩纷呈的文化活动,丰富了年味浓郁的春节假期。

根据国家电影局初步统计,2024年春

节假日全国电影票房为80.16亿元,观影人次为1.63亿,相比2023年春节假期票房和人次分别增长了18.47%和26.36%,均创造同档期新纪录。

中国艺术研究院教授支菲娜认为,《热辣滚烫》《飞驰人生2》《第二十条》等影片聚焦现实题材,呼应受众期待,让观众在龙年伊始充分感受到快乐、感动和正能量,推动票房持续走高。

灯塔专业版数据分析师陈晋介绍,今年三四线城市票房份额较去年显著提升,家庭观众数量增长明显。沈阳市民杨荣文全家一起来观看了《飞驰人生2》,“电影很好看,回来路上我们还在讨论,春节看电影已经成为了习惯”。

观展览、看文物、赏民俗,全国各地“博物馆过大年”活动如火如荼。在江苏省博物馆看“御盗归来”主题特展,在广东博物馆寻祥龙、印版画、拓纹饰、集印章,甘肃简牍博物馆联动洞窟沉浸式体验剧《灵动敦煌》再现丝路重镇2000多年前的模样……

大街小巷张灯结彩,特色庙会、展演好戏连台,各具特色的地方文化与年味创新的融合,欢声笑语中寄托着人们对美好生活的期待。

(记者宋佳、叶昊鸣、徐壮、谢希瑶、王鹏、崔翰超) 新华社北京2月18日电

里售卖的其他几款冰箱贴和文创产品,也十分抢手。龙粤文创总经理王婧告诉中青报·中青网记者,这些设计的背后有很多青年的创意。王婧发现,很多小众设计团队和不同行业的专业人士也能给文创产品带来不一样的设计思路。

年轻人心系家乡发展

除了“小狗造物”,“六一柿野”团队设计的魔法风格的哈尔滨冰箱贴,也备受年轻人喜爱。团队成员是一对95后小夫妻——哈尔滨小伙刘禹和长沙姑娘唐多。

二人2021年到长沙定居创业,在设计岳麓山文创产品的过程中,他们深刻感受到文创产品能够赋能一座城市的文创产业发展。刘禹离开哈尔滨多年,思乡心切,也萌生了为家乡做文创产品的念头。

多年前到哈尔滨旅游的记忆,让唐多印象深刻。走在中央大街时,她突然听到不远处窗台有音乐演奏,“哈尔滨其实还是一座很有音乐文化底蕴的城市”。



2月18日,贵州省龙里县的学生在民俗踩街活动中舞狮。当日是正月初九,贵州省黔南布依族苗族自治州龙里县举办主题为“金龙贺岁·欢欢喜喜过大年”的民俗踩街活动。 新华社记者 杨文斌摄

春节假期1351.7万人次出入境 同比增2.8倍

本报北京2月18日电(中青报·中青网记者何春中)国家移民管理局今天通报,2024年春节假期全国边检机关共保障1351.7万人次中外人员出入境,日均169万人次,较2023年春节同期增长2.8倍,恢复至2019年春节同期的近九成,其中单日最高客流量出现在2月12日(正月初三)达185.7万人次;查验跨境交通运输工具45.9万架(艘、列、辆)次,较2023年春节同期增长1.6倍。

春节假期,全国海陆空港口岸通关平稳有序,其中粤港澳大湾区口岸通关流量较大,占全国出入境总量的73.1%,珠海拱北、深圳罗湖、深圳福田等口岸春节假期日均客流量分别达26万、18.7万、

15.8万人次,珠海港港澳大桥、横琴等口岸出入境客流、车流单日通关峰值均创下口岸开通以来最高纪录;枢纽机场口岸出入境客流量增长迅速,上海浦东、广州白云、北京首都机场日均客流量分别达8.8万、3.7万、3.4万人次,较2023年春节假期分别增长4.9倍、6.2倍、7.5倍。

按照国家移民管理局统一部署,全国边检机关全警动员、主动作为,提前预测引导各口岸通关流量高峰时段,提示引导出入境旅客合理安排行程,为人民群众跨境出行提供参考;科学组织勤务,配足执勤警力,密切部门协作联动,及时疏导客流高峰,有力保障春节假期中外人员出入境通关安全有序顺畅。

深圳“安心驿站”守护青少年心理健康

(上接1版)通过宣传海报、科普讲座进校园等方式,“安心驿站”还主动“走出去”,在青少年学生和家中大力推广各项服务,让学生和家长在有需要时能拨打“安心热线”或使用“安心行动”小程序寻求专业心理援助。自2021年7月建成投用以来,“安心驿站”共接听青少年学生及家长热线约2100人次,提供免费咨询约1200人次。假期的心灵成长训练营、中高考前期的减压辅导班,已成为深受附近居民喜爱的品牌项目。

福田区香安社区的“安心驿站”同样配备心理专业咨询师和由社工组成的常驻安心志愿者队伍,他们主动上门、全屋走访、发放问卷,摸排建立起辖区青少年、小区居民、企业员工三大群体的心理健康服务需求清单和重点对象心理健康档案。通过构建起“家校社区”联动体系,“安心驿站”将辖区学校、学生家长、心理咨询师、医疗机构、民警、物业等纳入社区“党群联席会”,定期召开专题研讨,合力解决辖区青少年心理健康问题。

龙华区章阁社区现有居住人口10万人,辖区内有富士康等大型企业,外来青工占居住人口超过70%。初到大城市就业生活,很多青工遇到感情、工作等问题时容易出现焦虑不安,甚至迷茫颓废的情绪。结合辖区青年聚集的实际情况,章阁社区打造了一个24小时不打烊、全天候服务的“安心驿站”,驿站配置有安心书屋,提供包括技能提升、职业规划、励志成长等各类书籍。此外,还设置有舒缓心情的心声亭、智慧便利的心理调适室、专业可靠的心理咨询室。驻点心理咨询师小敏告诉记者,为了能更好地聆听社区青少年的心

声,他们还专门设置了一个“安心树洞”,居民有什么心里话想倾诉,可以写在心声卡上投进去,随后由社工或心理咨询师搜集、跟进,帮助他们走出心理困境。小小的“树洞”,目前已解决各类心理诉求200多例。一些心理问题到这里求助的辖区青年,现在已变得乐观开朗,还积极参与到社区的志愿服务,帮助更多有需要的市民。

如今,“安心驿站”已成为附近青年居民心里的家。一些青工下了夜班后,习惯到这里来坐一坐、看看书,舒缓一天的工作带来的紧张情绪。

2023年7月1日,位于深南大道旁的市党群服务中心“安心驿站”正式启用,这个市级“安心驿站”由深圳市康宁医院派驻专职社工运营管理,每天轮班安排4名志愿者驻点开展咨询服务。负责该项目的康宁医院徐福山主任介绍,截至2024年1月底,“安心驿站”已完成心理面询超1000人次,满意度达95%。倾诉陪伴热线共接听来电预约11539次,志愿者服务团队共完成接线8796次,其中危机来电86次,需要立即进行危机干预的来电20余次。

每到周末,“安心驿站”还邀请心理学专家或康宁医院相关科室医生开展心理健康科普讲座,半年多来,已累计举办30余场,课程参加人数2000余人次。此外,市“安心驿站”还承担着全市各级“安心驿站”的“业务实施、技术指导、项目规划、人员培养”等任务。据介绍,为培养更多专业力量,深圳市依托康宁医院举办专项培训班,已培训社会心理服务专业人员1400多人,包括初、中级社会心理健康师和“安心驿站”志愿者等,逐步组建一批具备专业素质、能够扎根基层的社会心理健康人才队伍,全力守护青少年心理健康。

(上接1版)

文化和旅游部推出包含7大板块共计25项主题活动的“欢欢喜喜过大年”2024年春节主题文化和旅游活动,湖北发放60万张文化旅游特别惠民券、河南洛阳部分热门博物馆延长开放时间……游客更有幸福感、获得感。

国风劲吹,年俗更“潮”——一年又一年,不改中国味。从西安、泉州,到大同、正定,从苏州平江路,到天津古文化街,年轻人穿上汉服拍照、举起花灯夜游,国风游热度居高不下。

社交网络上,威武雄壮的潮汕英歌

舞刷屏短视频平台,一路舞到海外。在携程平台,龙年春节灯会搜索量同比翻倍。在各地举办的新春灯会、舞龙表演、庙会、非遗秀场中,传承千百年民俗更彰显勃勃生机。

“金龙”伴休闲,旅游过大年。火热的春节旅游背后,有群众不断增长的文化自信、有古老传统的绵延赓续、有人文与经济的水乳交融……越是我们,越值得细细品味。

这个春节,我们享受了“诗和远方”的满满慰藉,一定能以龙腾虎跃、鱼跃龙门的干劲闯劲开启新的一年。

新华社北京2月18日电

“尔滨”出圈背后的青春小店力量

(上接1版)

店里吧台上最显眼的位置,摆放的是几款网红大雪人玩偶和创意冰箱贴等文创产品。

“我们更希望把咖啡店变成一个文化输出的空间,让更多游客购买、品尝咖啡和甜品时,更多地了解东北文化,了解哈尔滨。”曹庭祥介绍,咖啡店所在的洋楼已有接近百年的历史,其建筑底蕴也颇为深厚,咖啡店还尝试把所在的红专街的历史文化融入产品里,研发创新。

文创不仅有颜值还有黑科技

走出鹿鱼咖啡,在中央大街上一辆火车外形的小店里,记者看到游客们进进出出。

这是一间今年冬天新冒出来的小店,名叫魔法文创中心,由龙粤(黑龙江)文旅科创产业发展有限公司(以下简称“龙粤文创”)开设经营,主要售卖和哈尔滨相关的

精美文创商品。

许多游客一进门就直奔冰箱贴售卖区,想要买到今年爆款出圈的AR(增强现实)冰箱贴。这组冰箱贴有四款单品,分别以东北虎、中央大街、索菲亚教堂、冰雪大世界等为设计元素,展示哈尔滨的四季之美。

让它出圈的除了颜值,还有科技。登录指定的微信小程序,用手机对着这款冰箱贴扫一扫,屏幕上就会播放一组配有音乐的动画实景影像,展示着“尔滨”不同的季节风情。

AR冰箱贴一开售,很快就被抢空了。这让90后王家乐和郭金妮喜出望外。作为冰箱贴设计师,她们去年年底从北京回到哈尔滨,就是想第一时间跟踪了解市场的反应。

冰箱贴的上市让当时已经上了热搜的“尔滨”又有新话题,有网友给出好评:“这么酷炫的冰箱贴太给咱们‘尔滨’长脸了!”然而,所有的“出圈”都不是偶然。冰箱贴火

在了冬季,但很多故事发生在更早之前。

早在去年夏天,王家乐和郭金妮就开始为哈尔滨构思文创产品。“之前带郭金妮来哈尔滨玩,她说哈尔滨很美,希望不光是买个纪念品带回家,而是要把一份美好的记忆留存下来。”王家乐告诉记者。

二人在北京工作时认识,组成了“小狗造物”团队,开始做文创设计,先后和地方博物馆开展合作,积攒了一些经验。去年8月,她们以东北虎和丁香花为元素的春季款冰箱贴推出后,引来好评,开始和哈尔滨东北虎园林合作在景区售卖。

后来,二人开始设计夏秋冬款。一天,她们看到在网上看到一段视频,把手机对准明信片扫码,就可以看到AR动画效果,这瞬间引发了她们的灵感。她们找到技术团队,在冰箱贴上实现了AR创意。

东北虎冰箱贴推出后,龙粤文创也在网上注意到这个年轻的团队,开始了后续合作。这款文创产品也在哈尔滨的商圈、景点落地。

除了AR冰箱贴,魔法文创中心小店