

如何与宠物更好地告别

近期,宠物殡葬话题受到关注。《2023—2024年中国宠物行业白皮书》显示,2023年我国宠物犬数量为5175万只,同比增长1.1%;宠物猫数量为6980万只,同比增长6.8%。随着大量宠物逐步迈入老年,与宠物告别成为养宠家庭都会面临的重要议题。

“这辈子主人对你挺好” 三岁大的美短猫元宝突发心梗,主人将它送到医院打了强心针还是没能抢救回来。送到附近的一家宠物送别机构后,主人强忍着眼泪转过身……随后,宠物殡葬师将元宝送去火化,一路陪它讲话:“这辈子主人对你挺好,现在送你回喵星了……”返回后,殡葬师将小巧的圆形骨灰盒交到主人手中,元宝算是正式告别了它的一生。

“我的日常工作主要是为离世的宠物清洗毛

发、整理容貌,然后按照主人的要求策划组织葬礼和告别仪式。仪式结束后,将宠物送去火化,最后将剪取的毛发或者搜集的骨灰以纪念品的方式交还给主人。”宠物殡葬师周琦介绍,他所在的宠物殡葬服务公司的业务量和咨询量近年来有明显增加。

宠物羊毛毡等纪念品成热门 目前,国内宠物殡葬业处于初级阶段,宠主更偏向于选择火葬、土葬传统宠物殡葬方式。树葬、海葬等新型殡葬方式仍处于“试水阶段”。遗容整理、遗体告别、精美骨灰盒是宠主在为宠物殡葬中主要选择的项目。

除了殡葬,还有一些宠物纪念方式受到关注。例如将宠物骨灰、毛发寄到专门培育晶石的基地,然后提取出其中的碳元素,做成钻石或者晶石制品,留给主人做纪念;或者

将宠物的毛发、牙齿做成树脂滴胶,制成项链或手链制品;也有主人会选择将取回的骨灰撒在院子的泥土里,种上花草草,滋养新生命的延续;还有一些手工店,接收主人收集的宠物毛发,按照宠物的照片制成“同款”羊毛毡吊坠,让宠物以另一种方式陪伴在主人身边。

警惕情绪消费陷阱 浙江工商大学现代商贸研究中心执行主任肖亮分析,主观情绪影响消费决策,消费者很难在宠物殡葬中保持理性消费,追求性价比。等到消费者情绪平息后,他们才趋于理性。有些消费者在宠物殡葬上过度“砸钱”,其实与市面上充斥着商业公司广告推流、软文营销有关。其实,如果深入了解,市面上也不乏价格亲民的宠物殡葬机构,价格仅需二三十元。(摘编自《北京青年报》)

9.9元看短剧,推广还能挣钱?

4月5日,喜欢看微短剧的刘女士在社交平台上偶然刷到一条帖子:“9.9元全网短剧全年可看。”她付费后被邀请进入一微信群,输入“搜剧+剧名”后便可获取夸克网盘链接观看短剧。随后,群主又私信告知她加入推广还能赚钱。“这是真的吗?有没有法律风险?”刘女士很犹豫。

记者调查发现,此项目为一条通过社交媒体收费进群、网盘看短剧的盗版产业链。“在未经著作权人许可的情形下,以营利为目的通过网络传播影视作品,侵害了著作权人就该作品享

有的知识产权。”北京植德(武汉)律师事务所律师艾泓骏说,负责该项目引流和发展下线的工作人员即使没有直接向最终受众传播作品,但其和传播者构成共同侵权,同样需承担法律责任。

根据著作权法的相关规定,侵权主体需承担停止侵害、消除影响、赔礼道歉、赔偿损失等民事责任。根据刑法的相关规定,如果侵权人由此获得的违法所得达到一定数额或还有其他严重情节时,可能构成侵犯著作权罪,其还会面临有期徒刑及并处罚金等刑事责任。(摘编自《北京晚报》)

花粉过敏季,高危人群别开窗

春季过敏性鼻炎高发,除了关注花粉浓度的预报、尽量减少外出,高危人群在家还要记得关闭门窗,打开空气净化器。切记不要开窗通风!开窗通风只会让室外的花粉更多地进入到居室内,增加花粉浓度,加

重症状。春季过敏性鼻炎的主要过敏原并非花卉,而是树木的授粉,应避免去到树木花草丰茂之地。回家后建议更换全套外衣,每日冲洗眼睛及鼻部。(摘编自《北京青年报》)

广告

文明是城市之魂 诚信是立身之本

