

# “最长木拱廊桥”毁于一旦,文物保护没有后悔药

本报评论员 吴迪

建宁德屏南万安桥突发大火,桥体被烧毁坍塌,幸无人员伤亡。目前,当地已成立处置工作小组,公安部门介入调查起火原因,当地启动万安桥修复工作。

视频中,熊熊燃烧的烈火映照着参与灭火居民一个个无助的身影,让人隔着屏幕都感到痛惜……有网友说,“很心痛,第一次知道你是在你毁灭的时候。”

类似古建筑被毁于火灾的事情已不是第一次发生。近几年来,“亚洲第一廊桥”重庆黔江濯水古镇风雨廊桥被烧毁;“亚洲第一高斗拱木塔”四川绵竹九龙镇灵官楼被大火吞噬;“中国最后一个原始村落”云南临沧沧浪丁老寨,几乎全村被烧毁……此外,丽江古城、凤凰古城等也不止一次遭遇过不同程度的火灾。

“纵然历经千百年岁月洗礼,却抵挡不了一次消防疏忽和漏洞”。主体为木质结构的古建筑,通常耐火等级较低,一旦起火极易迅速蔓延。用火用电不规范、电气线路老化或故障,以及消防设施配备不足、损坏等,是不少古建筑火灾的共性因素。而这些都共同指向了有关方面和人员对文物保护的意识与力度不足,比如,据报道,有的古城“消防栓全都没水”。

目前,万安桥的起火原因还在调查中。不论因何原因所致,这座重建于1954年的古廊桥被烧毁坍塌,带走了其历史积淀的文化价值以及周边百姓祖祖辈辈的感情寄托。原汁原味的文物,毁一件就少一件。这再次为我们敲响警钟:全国重点文物保护单位都如此脆弱,那些尚未进入公众视野、分散在广大乡村的文化遗产、历史遗存,又该如何保护和延续?

未雨绸缪,说易行难。从口号变为行动,需要扎扎实实的行动,特别是要因地制宜、一物一策地制定和实施维保方案。令人尴尬的是,在一些地方,对文物保护的短视、功利现象不在少数。当需要发展文旅产业或申报某头衔,保护名录时,一些地方把文物建筑当作地方名片、宝贝;达成目的后,则逐渐疏于管理。

“保护、传承、利用”,文保工作,保护在先。近年来,“文博+科技”让不少地方的文物突破时空成为活起来的“顶流”,这为文物保护提供了新的思路。比如,数字、遥感等技术应用,能否为古建筑的火灾、雷击、洪水、结构异常等提供预警信息以及辅助应急处置?一些地方此前探索尝试的“司法+保险”

模式,融合了司法、企业等诸多优势力量与资源,为保护文物古建提供一定的政策和资金支持,此类实践经验值得继续深化拓展并相互交流借鉴。

与此同时,最接近古建筑甚至生活在其周边的普通百姓,也是参与、支持文保工作的不可缺少的基层力量。提高消防意识、规范用火用电、行使好监督权等,都是一种积极参与。

当前,我国对不少重点文物保护单位都进行了资料保存,也拥有修复、重建的能力。但必须看到,修复或重建后的古建筑,其人文、历史价值往往大打折扣。不少高龄中式古建是建筑,也是风景,承载着沧桑岁月中代代相传的民族情感,这恰恰是文物的意义所在。

在脆弱的古建筑面前,我们真的没有后悔药。希望一桩引发公众心痛的古建筑损毁事件,能够警示更多地方加强对古建文物的日常维保工作,减少因疏忽或漏洞而引发灭顶之灾的可能性。

保护好我们身边的古建筑,把它们妥妥地交给我们的子孙后代,是今天我们全社会共同的责任。

## 社评

中国新闻名专栏

古廊桥被烧毁坍塌,带走了其历史积淀的文化价值以及周边百姓祖祖辈辈的感情寄托。希望一桩引发公众心痛的古建筑损毁事件,能够警示更多地方加强对古建文物的日常维保工作,减少因疏忽或漏洞而引发灭顶之灾的可能性。

据8月7日中新社报道,8月6日晚,全国重点文物保护单位、国内现存最长木拱廊桥——始建于北宋,距今已超过900年的福

# 预制菜可以有,关键是提前把话说明白

弓长

“大老远去餐馆吃饭,却吃到了预制菜,早知道还不如在家点外卖。”据《工人日报》报道,近日中国消费者协会发布的《2022年上半年全国消协组织受理投诉情况分析》显示,上半年,消费者投诉总体呈上升态势,其中,网购生鲜食品不新鲜、堂食中使用预制菜未告知等被点名。中消协建议,加强对预制菜等新业态的研究。

便利店的关东煮、买菜平台的“快手菜”、自热小火锅和煲仔饭……我们身边的预制菜品不少,其中一些受到消费者普遍欢迎和喜爱。那为什么餐厅使用预制菜就屡屡遭到吐槽和抵制呢?消费者的知情权和选择权被侵犯或许是问题所在。

实际上,人们对预制菜本身并没有太多诟病,真正介意的是餐厅没有提前说明白。作为工业化流水线产品的预制菜,在卫生、安全等方面能做到相对统一,但口味、口感上往往只能在多数人的要求和习惯中寻求一种居间平衡。

对一顿居家晚饭而言,这种操作简单又中规中矩的味道,挺好,但对餐厅消费来说,这种体验和口感恐怕不能满足更多人的心理预期。餐厅用成本相对较低的预制菜卖出现炒的价格,并且没有提前告知消费者,菜品味道中庸,缺少“锅气”,消费者自然不满意——“这就?还用来餐馆吗?在家自己加热一下好不好?”

我国消费者权益保护法规定,消费者有知悉商品和服务真实情况的权利。进而言之,消费者可以不问,但商家不能说,商家

的消极作为或者故意隐瞒,某种角度上已经侵犯了消费者的权利——这是多数消费者反感商家使用预制菜的重要原因。

随着食品加工业的发展,以及“一人食”经济的兴起,疫情期间餐饮业受到影响等因素,预制菜近年来可谓处在风口上,有机构分析,未来3年至5年,我国预制菜行业发展有望成为下一个万亿元餐饮市场。

预制菜已来,关键是其以何种方式、路径去谋求更长远、稳定的发展?消费者在餐饮选择上追求高效方便的同时,也很在意安全感和营养,而商家一向有着节省成本、提高翻台率的现实需求。预制菜一定程度上契合了当下餐饮供需双方的要求——消费者可以更方便地尝到天南地北的美食,餐馆可以扩大菜品种类还能节省成本,一些预制菜品牌可能因此受到激励进一步提升、升级……

事实上,预制菜有诸多优势,商家没必要藏着掖着,把知情权和选择权交给消费者,是法律规定,也是市场要求。

时下,一些地方的消费者权益保护组织已经在着手构建预制菜质量安全监管规范体系。这值得更多地方借鉴。预制菜从流水线到餐桌,其中各个环节都应该有更完善的标准和规范,如此才能不负公众对“舌尖安全”的期待。

今年6月,中国烹饪协会发布了预制菜团体标准,以加强对预制菜的规范和指导,保证产品质量安全,增强行业自律,提高行业竞争力。希望这些高标准、严要求,能够推动预制菜产业发展和相关烹饪技术人才的培养,满足多元化的餐饮消费需求,让预制菜成为一种多赢的存在。

**图说**

「量体」宰客?

“工薪阶层3000元到8000元,都市小白领消费空间8000元到两万元”“根据你的职业,咱们量体裁衣,别掉价”——据《光明日报》报道,近日,云南某旅游团出发前明确标示无强制消费,可途中导游却称“知道家庭住址”“不消费会追缴回补帖”,还把游客划分为不同的消费等级。目前,云南文旅厅表示对此将依法依规查处。

以超低价吸引游客报名参加,旅途中诱导甚至是强制、威胁游客消费——如此低价旅游团套路并不新鲜,近年来不少地方也在积极治理,但类似情况仍未能禁绝。受新冠肺炎疫情冲击,国内多地旅游业受创,景区和相关从业者亟待走出困境,可以理解,但这不能成为宰客的理由。相反,各地应该好好珍惜来之不易的市场回暖,多一些未雨绸缪,多一些诸如免票、发放消费券等实在之举,用系统化、制度化、常态化的服务与监管,让旅游市场真正多些生机,少些危机。

李法明/图 赧超/文

“遇事不决先赋码”? 添堵式防疫该剧终了

莫先生

近日,河南民权县决定对民权县全域人员赋码管理。在对过度防疫说“不”已成为全国上下共识的当下,为何还有这样不管三七二十一统统赋码的现象出现?“遇事不决先赋码”似乎正成为个别部门及工作人员推卸责任、行懒政甚至对付群众的方法。

纠错在技术层面不难,难的是政府部门在制定政策和做决策时,能把多给群众便利、少给群众添堵的原则放在首位。从这个意义上讲,比纠正粗暴赋码更重要的,是纠正少数地方不担责、乱作为、怕麻烦的风气。

网友跟帖——

@雪冰:既不能层层加码,又要避免疫情反弹。

@栗子:“遇事不决先赋码”是一种懒政。

阅读全文请扫码 “工人日报”网评

# 给包装“瘦身”,让月饼回归食品属性

胡欣红

据8月8日央视报道,一直以来,月饼的过度包装问题饱受诟病,自今年8月15日起,新国标规定粽子、月饼等食品的包装层数最多不超过三层,此前有关规定是不超过四层。

中秋佳节,月饼是不可或缺的传统美食。为提升竞争力,商家对月饼过度包装自是必须,但包装得过于精美繁复,则容易给人一种“买椟还珠”的感觉。比如,有豪华月饼礼盒只有六块月饼,却有四层包装,从皮质外盒,到中层金属盒和最内层的纸袋,涉及多种材质,月饼净重仅占总重量的40%。

商品过度包装,一方面会造成资源浪费,另一方面会产生大量废弃物,对环境造成污染。有调查显示,我国包装废弃物约占城市家庭生活垃圾的10%以上,其体积则构成家庭生活垃圾的30%以上,每年包装废弃物总量达1.5亿吨,其中70%以上是过度包装造成的。

过度包装偏离了食品的本质,也不符合“厉行节约、反对浪费”的社会风尚。2010年4月,我国实施《限制商品过度包装要求——食品和化妆品》国家标准,其中要求糕点类包装层数应在3层及以下,包装空隙率不超过60%;除初始包装之外的所有包装成本的总和,不应超过商品销售价格的20%。令人遗憾的是,囿于种种因素,相关标准并未真正落到实处。

面对过度包装顽疾,国家层面已经有所行动。去年9月,有关部门修订发布了新的《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》强制性国家标准,并将于2023年9月起实施。近日,中国消费者协会与中国焙烤食品糖制品工业协会表态,将在中秋节前联合对月饼过度包装情况进行消费监督,这进一步彰显了遏制月饼过度包装的决心和力度。

值得一提的是,中消协将发动分布于全国的志愿者队伍,依照相关国家标准,在节日期间结合自己的日常生活进行监督。同时委托专业机构进行覆盖性调查,及时收集线索、发现案例,并向社会公布调查结果。

倡导绿色消费理念,构建节约型社会,需要群策群力。企业不应再耗时费力把心思花在精心包装的“面子”上,而应该在提升产品品质和口味等“里子”上用心思、下功夫、求突破,消费者也要自觉拒绝为过度包装买单。

## 媒体声音

◇依法护土,关键是形成保护合力

8月1日,《中华人民共和国黑土地保护法》正式实施。这是全球唯一在国家层面专门针对黑土地实施的立法行动,对确保粮食安全及生态安全起着重要作用。

《光明日报》评论说,近年来,中央和地方一直在探索黑土地的治理形式和路径,相关政策也经历了从无到有、从单到多元、从地方性法规到国家法律的跃升。立法虽然是重点,但执行更是难点。因此,在黑土地保护立法实施之际,更应在治理机制上下功夫,建立健全政府主导、农业生产经营者实施、社会参与的保护机制,形成依法护土的强劲合力。

◇全县静默,庄稼没法静默

据报道,8月2日,河南省商丘市宁陵县一位农民因疫情管控期间下地打药,被要求通过大喇叭向全体村民做10遍检讨。

《农民日报》评论说,防疫压力当前,出发点又是好的,看似无可厚非。不过,在打硬仗的时候,要避免“好心办坏事”。疫情之下,人可以静默,但庄稼没法静默,关键环节管理跟不上,很可能会影响一季乃至一年的收成。基层工作存在防疫力量相对薄弱、农村卫生条件不足、管理难度大等客观制约。但越是如此,越要把有限的资源用在“刀刃”上,科学统筹,精准施策。

◇让健身成为一种生活方式

今年8月8日是我国第十四个“全民健身日”,各地纷纷组织开展“全民健身日”主题活动。

《人民日报》评论说,近年来,主动健身、科学健身日益成为人们的自觉选择。人民群众对健康的重视,既是生活水平提高的必然结果,也承载着对美好生活的向往和追求。广泛开展全民健身运动,不断完善群众健身运动场地设施,进一步丰富群众文化体育生活,才能更好满足群众健身需要,激发人们的健身热情。让健身成为一种生活方式,坚持不懈、持之以恒,我们必能拥有更加强健的体魄、更加饱满的精神,健康中国建设就有了更有力的支撑。(弓长整理)

## 聚焦

# 8万名游客滞留是一次严峻考验

罗志华

8万名游客滞留,不是一件小事。这对当地的应急能力是一次巨大考验。在没有疫情的平时,做好滞留游客的生活保障就存在较大难度。何况当前不仅要做好生活等基本保障,还要实施隔离等防疫措施。此外,8万名游客短时间内滞留在景区,难免与当地民众进行接触,这对防疫来说,意味着更大的工作量和更严峻的形势。

游客滞留后,尽管当地采取了不少积极措施,依然引发了很多游客的不满,比如机

票价格、食宿费快速涨价等。这很大程度上在于,疫情防控及数万游客滞留,是此前防疫中未曾叠加出现的现象,要求地方政府短时间内做好各种处置,精准落实各项防疫要求,难度较大。同时,面对突发状况,面对行程改变及由此可能引起的一系列后续问题,游客内心焦虑、情绪激动,亦可以理解。问题的关键在于,情绪解决不了问题,强有力的举措才是关键。

在疫情防控方面,各地已经积累了比较丰富的经验,在旅游突发事件应急、保障大量游客生活和出行等方面,相关地方也应该考虑借鉴那些成熟、适合的做法。对

海南来说,既需要延续以往那些行之有效的防疫政策和做法,也需要一定程度上的摸着石头过河。从常态化疫情防控的角度看,各地均有必要将对此类情况的应急处置纳入考量。

此番事件再次提醒我们,疫情尚未完全得到控制,旅游逐渐恢复的过程中,要有一定的预判和预案。大量游客因疫情突然被临时封控,是常态化防疫面临的新问题,应对好这次事件,既是解当前的燃眉之急,也可作为今后疫情下的旅游业恢复与发展探索处置模式。从这个角度上说,我们应该给海南一点时间,给疫情防控一点时间。

# 安顿滞留游客需要更精细的设计

冯海宁

为降低游客滞留成本,“酒店为滞留游客提供半价续住服务”堪称“及时雨”,值得肯定。然而,部分酒店在执行时变了味。一方面,有酒店提价后再半价,导致最终价格比预订价格还要贵。另一方面,多家酒店表示续住是按照门市价格打五折,而不是按照游客的预订价格打折。

三亚有关方面已经明确,要为滞留游客

减轻住宿成本,如今酒店通过变相操作获利更多,这显然是在挑战“半价令”。之所以会出现这种情况,从酒店方面看,显然还是利益驱动,其不愿意配合政府为游客让利,甚至可能存在发“疫情财”的想法。从政令发布角度看,“半价令”的要求尚不够明确和具体,这给了部分酒店钻空子的机会。同时,有关监督检查、刚性约束尚未落实到位。再有,有关方面目前可能只想到了让酒店为游客让利,而没有考虑到酒店的成本等。

如果“半价令”只是建议性政令,那么酒店就可能选择性执行。如果是强制性要求,那么显然还需要更明确、细致的内容,减少腾挪、变通的空间,进而减少争议和纠纷。比如,到底是在哪个价格基础上打五折?若酒店不提供这样的服务,游客可以怎么做?疫情和困难显然是暂时的,但游客对三亚留下的印象可能是长久的。安顿好滞留游客,把工作做实做细,让游客满意,对三亚来说,这何尝不是一次宣传自己、让更多游客选择三亚的机会?毕竟,对三亚的后续防疫和安排,不仅滞留的游客关心,全国人民都很关注。