



### 景区禁止自带食品

□本期主持人:于理

主持人:“只有他们(景区商家)卖的东西才可以带进去吃,我们自己拿的食物就不能带。”近日,有游客发布了这样一视频。视频中,景区工作人员制止了游客带食物上山的行为,称清扫任务重,“每天山上都是鸡爪、瓜子皮”。景区能否自带食品之争并非个案。国内多个景区曾以污染环境为由,作出“禁止在景区内冲泡面”“不能以任何形式给游客提供开水泡面”等相关规定与倡议,由此引发争议。你如何看待景区如此规定?

本期嘉宾:贾慧萍、魏芳、贺成

### 不合时宜的规定

□贾慧萍(教师)

随着旅游业的蓬勃发展,越来越多的景区成为人们休闲度假的首选之地。然而,一些景区为了谋取更高的商业利益,出台了禁止游客自带食品的规定,这一做法在游客中引起了广泛的不满和争议。

从游客的角度来看,自带食品是出行旅游的一项基本权利。旅游本身就是为了放松心情、享受美景,而饮食作为旅游过程中不可或缺的一环,理应得到充分的尊重和满足。游客根据自己的口味和饮食习惯,选择适合自己的食品,不仅能够提升旅游的体验感,还能在一定程度上节约旅游成本。景区禁止游客自带食品,无疑是对游客这一基本权利的剥夺,让游客在旅游过程中感到不便和束缚。

景区禁止自带食品的规定往往伴随着高昂的餐饮价格。一些景区内的餐饮店利用游客无法自带食品的规定,肆意抬高价格,提供的服务和食品质量却参差不齐。这不仅损害了游客的经济利益,也影响了景区的整体形象和口碑。游客在景区内享受美食的同时,也应该享有公平、合理的消费环境。而景区方面,应该通过提供优质的服务和合理的价格来吸引游客,而不是依靠禁止自带食品这样的强制手段来牟取暴利。

景区作为旅游服务的提供者,应该始终以游客为中心,不断提升服务质量和游客体验。禁止游客自带食品的规定违背了这一原则,也损害了游客的合法权益。

### 一种必要的管理

□魏芳(职员)

近年来,不少景区纷纷禁止游客自带食品,原因是游客在景区内乱扔垃圾、乱倒残渣冷烫的现象比比皆是。有些垃圾经过打扫就可清理干净,但对于泡面汤汁这样的垃圾,环卫工人只得望“汤”兴叹。加之,泡面汤汁随处乱倒,也会造成土壤盐碱化,这对景区的植被有一定的破坏作用。这说明,景区禁止游客自带食品并非不人性化,而是一种必要的管理。

广大游客尽量不要自带泡面之类的食品进景区,即使要带,也要把泡面汤汁倒入景区设置的专用垃圾桶里,切忌随处乱倒,破坏景区生态环境。这不仅是对景区的一种保护,也是游客文明旅游的一种体现。

景区应通过更加精细化的管理和提供服务,既兼顾游客的切身利益,又平衡景区的环境保护。比如,可在景区内专设几个冲泡方便面的场所,明确规定游客在指定区域内食用。

### 需双方相互理解

□贺成(记者)

景区说禁止游客自带食品是为了保护环境,但一个时期以来,景区餐饮价格高昂,已经超出公平合理范畴,是不争的事实。据媒体披露,有景区售卖的22元热干面,在景区外的超市售价仅8元。有游客在度假区某餐厅就餐时,两个人点了一份鸡肉饭套餐、一份河粉、一份鱼丸、两杯饮料花费200多元,两个人都没吃饱但“舍不得再点”。

景区餐饮价格高得如此离谱,很难不让游客对限制自带食品的目的产生怀疑。

破题“限制游客带食品入景区”,需要景区和游客作出努力。从景区方面说,在出台相关规定时,应事前与游客充分沟通调研,事中在景区相关宣传中充分告知,事后在遇到问题时及时调整完善,做好商业利益与游客需求的充分结合。对景区内的餐饮、住宿以及旅游商品价格根据市场情况合理定价,既要考虑到特殊消费场景的品牌溢价又要兼顾消费者公平交易的原则。

从游客的角度,去景区游览、消费时,除了要维护自己的合法权益,还应自觉保护景区环境。比如在前往景区前可以合理规划自己的饮食需求,降低垃圾制造量;再如对于无法带走的垃圾,应将其投放到指定的垃圾桶或垃圾收集点,避免随意丢弃或倾倒。

只有双方本着解决问题的态度,相互理解、友好协商,方可美美与共。

# 让城市旧地标焕发新光彩

□曾于里



泉州主城区将再添加一体育场馆?近日,一则关于泉州汽车站将改造为体育场馆的消息,引发市民热议。对此,泉州交发集团权属能源集团方面表示,为有效利用场地资源,拟将泉州汽车站、交通枢纽站2号楼部分场地资源规划改造为综合体育运动场馆,当前项目仍在招商阶段,汽车站、枢纽站的现有主要功能未做大幅改变。

这个消息引发了我们对于如何有效利用闲置或老化的公共设施以满足新时代需求的思考。在城市发展的历程中,公共设施是城市的“活力线”,承载着城市的日常运转。然而,随着时代的变迁和城市的发展,一些曾经辉煌的公共设施逐渐老化、退化,甚至退出了历史舞台。如何重新赋予它们新的生命,使之成为城市发展的新动力,是摆在我们面前的重要课题。

泉州汽车站曾是泉州重要的交通枢纽,见证了无数人的来来往往,承载了无数旅客的记忆。由于城市交通格局的变化和人们出行方式的多样化,它的客运功能逐渐衰退,最终在2020年停止了汽车客运服务。停止客运并不意味着废弃,停车、充电、办公等多

种业态功能一直在经营着,继续发挥着其场地资源的价值。如今,它更是拟进一步转变为综合体育运动场馆,为市民提供新的休闲娱乐场所,这一举措是对公共设施再利用的一次积极探索。

公共设施再利用的好处是显而易见的。首先,它能够节约资源。在城市土地资源日益紧张的今天,对旧有公共设施的再利用,可以避免对新的土地资源的过度开发,从而实现土地资源的节约和高效利用。其次,它能够保护环境。相比新建项目,再利用旧有公共设施可以减少建筑垃圾的产生,降低对环境的破坏。再次,它能够传承历史与文化。许多公共设施本身就是城市历史与文化的载体,通过再利用,可以保留这些历史痕迹,让城市的文化底蕴得以延续。此外,它还能够满足市民多样化的需求。随着城市的发展,市民对公共空间的需求也在不断变化,通过再利用公共设施可为市民提供新的活动场所,满足其休闲娱乐、文化学习等多方面的需求。

然而,城市公共设施的再利用并非一蹴而就,实际操作中面临诸多挑战。历史记忆的尊重与保护,是城市公共设施再利用过程中不可忽视的一环。很多公共设施承载着特定的历史背景和文化意义,见证了城市的发展和变迁。在改造过程中,我们应该充分挖掘和传承这些历史元素,让它们成为新设施的一部分,为城市增添更多的文化底蕴和人文气息。

我们也要关注改造过程的安全性

与可持续性。在追求经济效益的同时,不能忽视设施的结构安全和环保要求。要加强监管和评估机制,确保改造过程公开透明、合法合规,并充分听取和尊重公众的意见和建议。

吸引社会资本参与公共设施再利用项目也是一大难题。公共设施再利用往往涉及大量的资金投入和长期的运营维护,单靠政府的力量是不够的。这就要求我们创新融资模式,拓宽融资渠道,吸引更多的社会资本参与进来。比如,可以采用政府和社会资本合作模式,通过政府与社会资本的共同投资、共同运营,实现风险共担、利益共享。

泉州汽车站只是众多城市公共设施再利用案例中的一个缩影。在城市的各个角落,还有许多类似的公共设施正在经历华丽的蜕变。比如,一些废弃的工厂被改造成文化艺术中心,闲置的仓库被改造成创意产业园区……在未来的城市发展中,我们要更加关注城市公共设施的再利用问题,积极探索和实践新的改造模式和运营机制,让这些曾经的城市地标在新的时代背景下焕发新的光彩,为城市的发展和人民的生活带来更多的活力。



## 落实食品“新国标” 严守安全边界

□汪昌莲

距离新版《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》(GB 2760—2024)实施还剩下3个多月时间,食品类企业已开启“切换”模式。近日,多家食品上市公司表示,已经提前调整生产配方,不再添加脱氢乙酸钠。据了解,《新国标》明确,脱氢乙酸钠将在面包、糕点等7类产品中禁用,并将于2025年2月8日起实施。(10月29日《证券日报》)

脱氢乙酸钠作为一种常见的食品添加剂,能有效防止细菌、霉菌和酵母菌的生长,防止食品变质,且成本低廉,在食品领域被广泛采用。然而,动物实验研究发现,多次反复地大量使用脱氢乙酸钠,可能造成大鼠取食减少、体重下降、凝血能力下降、肝肾组织变化等问题。为此,“新国标”删除了脱氢乙酸钠及其钠盐在淀粉制品、面包、糕点、烘焙食品馅料等食品中的使用规定。

其实,包括脱氢乙酸钠在内,食品添加剂在一定安全剂量内食用,对人的健康并无危害,但若违规超量添加和长期食用,则可能造成严重的食物中毒或其他食源性疾病的发生。因此,落实食品安全“新国标”,关键是严守添加剂边界。相关部门不能放松对食品添加剂的监管,要严格控制用量和用途,完善监管法规的修订和完善,从制度层面将食品添加剂的风险降到最低。同时,对于擅自扩大食品添加剂使用范围,过量使用食品添加剂等违法行为,应严厉查处。特别是对于食品添加剂的生产、销售、使用等环节要严格规范,决不能让其成为合法的“毒品”,去危害消费者健康。

## “学术酒吧”知识共享 成社交新方式

□杨朝清

近日,“学术酒吧”在年轻群体中悄然走红。去过现场的网友纷纷表示很爱这种氛围,在社交媒体上引发热议。浙江杭州敞开酒馆主理人勃克介绍,目前他们已经举办了100场分享活动,分享话题范围不局限于经济学、美学等学术方面,还包括如何打造个人IP等当下年轻人关注的话题,活动社群有3000多人。(10月29日《钱江晚报》)

古希腊哲学家柏拉图的名篇《会饮》,描写了宴会在宴会酣畅之后开启有关爱与美讨论的场景。王羲之的《兰亭集序》,刻画了曲水流觞、饮酒作诗的画面。观众不受身份、职业等限制,买一杯酒就相当于门票,“学术酒吧”不仅搭建了知识共享的平台,也建构了一种新兴的社交方式。

伴随着高等教育从精英化进入大众化、普及化阶段,接受过一定的科研训练、具有一定学术水平的年轻人也越来越多。“学术酒吧”的火爆,折射出在物质生活渐次丰盈的当下,年轻人对精神食粮更高层次的渴望与追求。“学术酒吧”的魅力不仅在于主讲人对研究内容有足够的热爱和深入的了解,也在于通过高质量的讨论让观众更有满足感和获得感,它促进了人与人之间的面对面交流,促进了陌生人的社会联结。

在知识迭代更新不断加速的当下,终身学习已经成为不可阻挡的时代潮流。虽然“学术酒吧”还面临着可持续盈利模式的挑战,但满足年轻人精神文化需求的知识共享、契合年轻人偏好的低成本高收益的社交渠道,终究会找到其存在的价值。或许“学术酒吧”只是一种形式,未来这样的交流空间和互动平台将会越来越多。

## 帮助“银发族”求职 考验职业保障

□何成

许多低龄老人(60—69岁)因各种原因,虽然到了退休年龄,却仍然选择工作为家庭“撑起半边天”。可对于他们来说,要找到一份工作尤其是合适的工作并不容易,即使找到了一份工作,也会因法律意识薄弱或一些工作的临时性,导致职业保障力度不足。(10月29日《法治日报》)

调查显示,42.9%的老年人为了保持精神和身体上的活力愿意重返职场,14.3%的求职者希望实现自我价值、发挥余热,75.2%的求职者期待通过再就业补贴家用、增加收入。但是,老年群体再就业存在缺乏职业技能培训机会、技能知识不足、社会保障体系不完善、择业范围狭窄等问题,亟待各方关注和协调解决。

从大的方面看,延迟退休是为了积极应对人口老龄化推出的重大改革,有助于我国人力资源的充分利用,是大势所趋。但是,加强对就业年龄歧视的防范和治理,激励用人单位吸纳更多大龄劳动者就业,才是关键中的关键。从小的方面看,让老年技能人才在身体允许的情况下,继续以返聘、顾问、监督等形式,在生产、制造、服务需要的各个环节,可以对年轻人起到“传帮带”作用,也是实现产业技能经验有效传承和积极创新的基础。

因此,不妨出台一系列优惠政策,如税收优惠、补贴、奖励等,鼓励企业在岗位劳动强度允许的情况下,扩大低龄老人岗位供给,挖掘低龄老年群体劳动潜力。此外,要健全老年人再就业服务、保障体系,尝试打破老年人求职市场的信息壁垒,多创造适合老年人的就业岗位,才能实现经济效益和社会效益的多重提升。



本版诚挚欢迎读者来稿,来稿邮箱: qzwbpl@163.com



最近一年,在穿越可西里的109国道,出现了向人类乞讨食物的野狼。随着网络视频的传播,这头野狼在社交平台成了网红,但是当地管理局表示,人类食物中的“三高”成分导致其肥胖,“网红狼”已经被喂成了“胖狗”。不少网友在调侃喂狼行为的同时,也引发了人们对当地生态的担忧。(极目新闻/文 朱慧卿/图)

# “双十一”,“预售”怎能变“忽悠”?

□温文清



“预售商品支付尾款后实付款321.41元,直接购买却为308.31元。”“萌主选秀开启,活动首日就出现了中奖却无法兑换的情况。”近日,某平台率先推出“双十一”第一波预售活动,却被各种投诉抢了“风头”,“预售”变成“预忽悠”的话题也不断登上微博热搜,预售产品比直接买更贵,预售结束后立刻降价,“尾款人”变“韭菜人”等内容引发热议。

今年已经是第16个“双十一”了。作为一年一度的电商年度大促,“双十一”的初衷是通过集中促销,以更优惠的价格、更优质的商品回馈消费者,同时,也可以帮助厂家和商家清理库存、提升销量、推动消费升级。此外,开启预售模式,让消费者提前锁定心仪商品,也可以让商家提前锁定用户。这本是一件双赢的好事,但是,如果预售价格不透明,或者大张旗鼓的预售价反而比后面直接购买的现货更贵,那么预售就失去了意义,甚至变成了对消费者的误导和欺骗。不仅让消费者“伤感情”,商家和平台的诚信也荡然无存,甚至整个“双十一”大促的意义也将受到严重质疑。

其实电商平台的预售,此前也颇受诟病,原因就是价格。今年“618”期间,天猫和京东就取消了预售环节,直接现货开卖,获得消费者的广泛肯定,没必要将销售与购买弄得如此复杂。今年“双十一”,平台恢复预售的目的我们不得而知,但是不规范的预售给消费者带来不满意的体验已是事实。尽管平台和商家都尽可能地回避预售就是最低价的说法,但消费者完全可以以预售价更高为由进行投诉。

商家无赖,诚信无疆,诚信历来是商之本。眼下,距离真正的“双十一”还有一段时间,“预售”变成“预忽悠”的乱象,应当引起电商平台、商家以及监管部门的高度关注。所有参与“双十一”大促的平台和商家,都应该坚守诚信底线,回归商业的本质。那些通过耍小聪明,“忽悠”消费者而赚取虚假流量和销售的,最终必将拿起石头砸自己的脚。

要充分认识大型集中促销的社会意义。当前,提振消费的重要性被放在越来越突出的位置,因此加强消费者权益保护,构建更加规范、放心的消费环境,就显得日益重要。事实上,网络消费已经成为居民消费的重要形式,其消费占比也不断上升。数据显示,今年1—7月份,全国实物商品网上零售额70093亿元,增长8.7%,占社会消费品零售总额的比重达到25.6%。因此,一个规范可控的网络消费环境,对于提振消费信心、助力经济发展的重要性越来越突出。

各大平台理应当好守门人。平台不能任由商家随口承诺,放空炮,赚了流量却坑了消费者。客观上来说,商家开展各种直播和引流活动,对平台也是一种助力,平台与商家本是利益的共同体。对于消费者的呼声,平台如果不能及时协调解决,给消费者一个满意的答复,并采取有效措施遏制此类事件的发生,也将无异于把自身推向“共谋者”的不光彩境地。

监管部门更应积极行动起来。在提醒消费者提高警惕、理性购物、依法维权的同时,要把力量和精力更多放在规范促销行为、维护电商消费良好环境、打击假冒伪劣商品等方面,要遏制“破窗效应”和侥幸心理的蔓延,切实承担起“裁判员”的角色,为提振消费、营造良好电商环境保驾护航。

话说回来,商业的本质无非就是商品与服务,商品质量是核心,服务质量是竞争力,只有在提供优质商品的基础上,尽量为消费者省钱,并且创造更好的消费体验,消费者才有可能成为商家的“回头客”。任何抱着侥幸心理,只求流量不要质量,无视消费者体验和心理健康的商家,都是“双十一”大促的“害群之马”,理应受到顾客的摒弃和监管的处罚。

“双十一”大促来了,第二波预售也结束了,消费者“买买买”需要激情燃烧,但更需要理性的目光以及监管的力量。

监管部门的处罚。

监管部门的处罚。

监管部门的处罚。

