

## 明镜评论

# “拔火罐”“洪荒妹”使得奥运有了中国气质

一位资深的体育新闻前辈评价说,奥运会里的“中国元素”已经快不是新闻了,因为随处可见,俯拾皆是。中国国旗的红与黄已然成为今天的奥林匹克五环中不可或缺的颜色。

Z 江红

这两天,有两件事在海内外社交网络上刷屏,一个是“飞鱼”身上拔罐留下的红圈圈,另一个是“洪荒妹”傅园慧随口抛出的一个个令人忍俊不禁的“金句”。这两件表面上看八竿子打不着的事情,其实有着内在联系。

先说头一件,里约奥运会上包括美国“飞鱼”菲尔普斯在内的不少外国明星拔火罐身上留下红圈圈,在奥运赛场和海内外媒体尤其是社交媒体吸睛无数。全世界奥运看客都在问:这是什么新时尚?这叫拔火罐!为啥奥运选手都爱拔火罐呢?因为它帮助选手缓解了伤痛,很多国家的运动队都爱上了这个中国的古老技艺。

外国选手是怎么学会通过拔火罐来缓解肌肉酸痛的?用脚趾头都能想得出来:跟中国运动员学的,跟中国教练学的,跟散居在全球各地的中国人学的!

再说第二件,获得女子100米仰泳铜牌的95后中国游泳少女傅园慧,在每次赛后接受记者采访时候,表情夸张搞笑,言谈幽默诙谐,受到中国网民的热捧,一夜蹿为“网红”。

前一件事是近十年来随着中国硬实力、软实力日趋强盛,“中国风”逐渐吹向世界的一个生动案例,后一件则表现

出越来越自信的中国人,对体育明星“口味”的改变,越来越喜欢、欣赏、追捧那些有思想、爱表现、不拘谨、个性张扬、自信洒脱的运动员。

近代以来,中华民族曾经无论是经济硬实力还是文化软实力,在东西方的激烈竞争和比拼中日渐式微,沦为弱势。中国的文化自信、国民自信受到极大损伤。也是为什么近几十年来,“外国的月亮比中国圆”,嘲讽、讥笑中国文化成为时尚,哈韩、哈日等各种崇洋媚外之风盛行的根源。

曾经,体育承载着刚刚打开国门、对外界缺乏了解、缺乏自信的中国人附加在它身上的种种过于的沉重负担。如今,逐渐找回文化自信和民族自信的中国人已经越来越轻松愉快地看待奥运赛场的升国旗、奏国歌,体育已经越来越被还原为它的本来面目。

体育的本来面目是什么?除了极具观赏性的激烈对抗所呈现的竞技之美外,体育也是一个国家、民族软实力的一部分。代表着世界最高竞技水平的中国选手,身上自带的纯“中国出品”的身材、面孔、样貌、风度,以及周身洋溢的几千年中华传统文化浸淫的东方韵味、气质,本身就具有独特的魅力、感召力、影响力、宣传力。正如代表美国的乔丹、科比把NBA篮球文化向世界各国散播一样,伏明霞、姚明、刘翔、李娜等中国优秀选手,在世界赛场上就是一幅流动的东西画卷、中国符号,向世界讲述着最生动的中国故事。

奥运会原本是西方文化,我们学了几十年。

然而我们却在向奥林匹克学习的过程中,也逐渐把我们的文化注入其中,为其打上了深深的东方烙印。2008年北京奥运会的无与伦比到现在都被全世界体育爱好者津津乐道;中国竞技体育这30多年的强势发展,已经坐实了在奥运奖牌榜上与美国两强相争的强国地位;而在里约奥运会上,“中国元素”比比皆是。从飞机落地里约机场,就看见巨幅的中国企业广告,而每天在奥林匹克区采访、生活中,到处可见“中国制造”,从硬件到软件、从基建到服务。一位资深的体育新闻前辈评价说,奥运会里的“中国元素”已经快不是新闻了,因为随处可见,俯拾皆是。的确,中国国旗的红与黄已然成为今天的奥林匹克五环中不可或缺的颜色。

奥运会就像一个无形却又精准的刻度表,每届都能标示出中国的变化和中国人的成长。这真的是一件比金牌更让人欣喜的事情!



## 旅游景区评级改革仍在路上

旅游行政部门应当加快切断行政权力与景区评级之间的利益关系,最大限度减少权力寻租和各地可能存在的旅游政绩工程,真正把主要精力集中到对旅游市场严格依法监管上来,集中到对游客合法权益的保障上来。

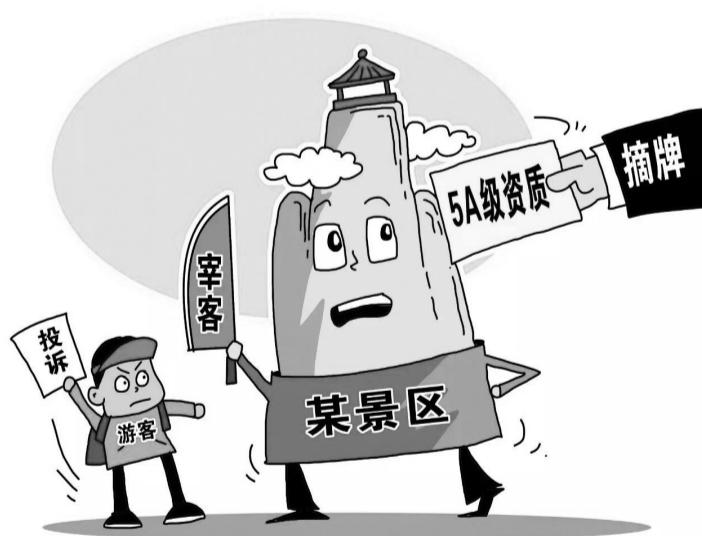
Z 常武

国家旅游局近日发布通知,决定废止该局2005年7月6日印发的《旅游景区质量等级评定管理办法》。联系到几天前国家旅游局对严重不达标的五家5A级景区做出处理,包括对湖南省长沙市橘子洲、重庆市南川区神龙峡两个5A景区摘牌,有人认为,废止上述《办法》可能意味着不再对旅游景区评定等级,“5A景区”等称号或将成为历史。

但人们显然“想多了”。国家旅游局相关负责人很快出面澄清,因《旅游景区质量等级评定管理办法》的有关内容已不适应新形势、新要求,且已被2012年4月16日国家旅游局印发的《旅游景区质量等级管理办法》取代,今年6月30日,国家旅游局局长办公会议决定将其废止,自7月19日起生效。而在2012年版《旅游景区质量等级管理办法》中,仍然有对旅游景区评定等级的规定,所以“5A景区”等称号并未成为历史。《旅游景区质量等级管理办法》2012年5月1日起就开始施行,如果该《办法》取消了旅游景区等级评定,“5A景区”等称号4年前就不复存在,何至于到今天才“成为历史”?

国家旅游局的一纸通知,之所以让不少人产生误解,除了该局刚刚对五家严重不达标5A景区作出处理,让人不免猜测国家在景区管理上可能有“大动作”,比如旅游景区评级的规定将一律取消,另一个原因在于,四年前国家旅游局发布《旅游景区质量等级管理办法》时,没有按惯例明确《旅游景区质量等级评定管理办法》同时废止,使得后者虽然事实上被前者取代,但仍然继续“存活”了四年多,直到今年7月19日才被正式废止。严格说来,行政机关对部门规章和文件的管理水平,一定程度上也反映了履行监管、执法职能的水平,四年前已被取代的《旅游景区质量等级评定管理办法》现在才宣布废止,并由此引发舆论的误读,不应视为偶然之失。

较之已被取代、废止的原办法,《旅游景区质量等级管理办法》少了“评定”二字,在旅游景区质量等级评定管理上却有切实的改进与加强。比如,《旅游景区质量



等级管理办法》将原办法中的“被公告为4A级旅游景区一年以上的方可申报5A级旅游景区”,修订为“被公告为4A级三年以上的旅游景区可申报5A级旅游景区”。原办法规定,旅游景区评级后全面复核至少每三年进行一次,新办法则明确,复核分为年度复核与五年期满的评定性复核,年度复核采取抽查的方式,复核比例不低于10%,经复核达不到要求的,视情节给予相应处理。最近国家旅游局对五家5A景区作出处理,其中有的就是在年度复核中被发现严重不达标,从而受到严肃处理,可见新办法对景区评级管理更严格,监管更有威力。

旅游景区质量等级管理老办法被废止,但“5A景区”没有成为历史。旅游景区质量等级评定工作不但要继续搞下去,而且还要搞得更加科学合理、公平公正,更具权威性和公信力,要更有力地推动旅游景区改进工作、提升服务,为游客提供更加优质丰富的旅游体验。

当前,各级政府都在积极转变职能,大力推进简政放权,从长远看,推动旅游景区评级“去行政化”改革应是大势所趋。旅游行政部门应当加快切断行政权力与景区评级之间的利益关系,最大限度减少权力寻租和各地可能存在的旅游政绩工程,真正把主要精力集中到对旅游市场严格依法监管上来,集中到对游客合法权益的保障上来,以此倒逼旅游景区须臾不敢懈怠,强化自我管理和约束,努力打造旅游行业“升级版”。

## “网约工”的劳动权益不能被漠视

“网约工”的劳动权益受忽视,也折射了劳动者权益面临的普遍困境,只不过“网络化”让问题变得更复杂而已。

Z 戴先任

8月9日上午,“网约工”劳动争议第一案在北京朝阳法院开庭,7名厨师坐在原告席,起诉要求法院确认他们和上海乐快信息技术有限公司存在劳动关系。此前,他们通过该公司的“好厨师”APP和客户建立联系提供厨师服务。庭上,被告否认他们是劳务关系,认为他们只是商务合作关系,APP平台只是提供渠道,双方共赢。(8月9日《新京报》)

各行各业都在进行“互联网+”,租车、私厨、保洁等服务行业在网络上更是如火如荼,导致出现了“网约工”这一新兴群体,这也让通过APP与客户建立联系进行的劳动服务算不算和APP建立了劳动关系成了普遍问题。

为了自身利益最大化,一些APP平台并不愿与“网约工”建立劳动关系。就如“好厨师”APP一样,他们称与这7名厨师不过是商务合作,而不是这7名厨师所说的雇佣关系。如果这样,双方就不存在劳动关系,原告要求的确认劳动关系,支付解除劳动关系经济补偿金、未签订劳动合同的双倍工资差额、加班费,及要求该公司为他们补缴社会保险的诉求,就将被驳回。而据7名厨师一同工作过的原告证人称,这几名厨师在公司起步阶段,都是“朝九晚六”,是全职工,每月拿底薪,而并非该APP所说的是商务合作,需要自己“抢单”。

随着服务业“互联网+”的持续发展,“网约工”的队伍也将越来越庞大,企业以“商业合作”等方式,让“网约工”多劳多得,虽然企业与很多“网约工”实质上形成了雇佣关系,但并不与“网约工”签订任何劳动合同,这让“网约工”的劳动权益难以得到良好保障。

比如,“网约工”如果受了工伤,将得不到工伤赔偿,因为是所谓的“商业合作”,“网约工”的收入也难得到很好保障,他们随时可能被“炒鱿鱼”,而自己却只能哑巴吃黄连。“网约工”要维权,也面临比传统类型工作更多的困难,比如取证难,比如相关部门的监管滞后等等。

“网约工”的劳动权益受忽视,也折射了劳动者权益面临的普遍困境,只不过“网络化”让问题变得更复杂而已。如果“网约工”的劳动权益都能得到有力保护,所有劳动者正当权益的保护状况,才能让人有乐观的预期。

