

人鸟共生
万鸟齐翔

——访巴金笔下“鸟的天堂”

新华社 周颖

当清晨的阳光映照水面,与天马村一同苏醒的,还有几十米开外、藏于榕树林之间的上万只鸟儿。它们翩跹飞翔,景象蔚为壮观。

这里是广东新会小鸟天堂国家湿地公园,也是文学巨匠巴金先生笔下的“鸟的天堂”。1933年,巴金到访广东侨乡——现江门市新会区天马村,被这里鸟树相依、千鸟飞翔的奇特景观震撼,写下名篇《鸟的天堂》。

经过几十年的生态保护,如今,“小鸟天堂”总面积约274公顷,保护范围扩充了数十倍,鸟儿数量也由过去几千只发展到数万只规模。

6月,正是鹭鸟繁殖的季节。在“小鸟天堂”,成千上万只鹭鸟在岛上树林栖息、觅食、繁衍,白鹭晨出暮归,夜鹭暮出晨归,风景线十分美丽壮观。

小鸟天堂国家湿地公园工作人员王国丽说,这个景点已有400多年历史。最开始,江中的一个岛上仅有一棵大榕树,几百年来由于气根的作用,这棵榕树根枝相连、覆盖全岛,无数鸟儿栖息其间。

这一自然奇观能在数百年风雨中得以保存,离不开村民崇尚自然、世代爱鸟的传统,也离不开政府对生态环境的保护。

与小鸟一样临河而居的,是附近天马村1万多名村民。村民陈文彬说,同饮一江水,人们认为鸟儿有灵性。这里的祖祖辈辈不伤害鸟,鸟儿也不怕人。

王国丽说,城市化进程中,“小鸟天堂”也出现过“人鸟争地”的情况。曾经周边一地块被规划为建设用地,将带来不菲的经济价值。但为了不挤占



“小鸟天堂”独树成林景象。新华社发,小鸟天堂国家湿地公园供图

鸟儿的觅食地,当地政府最终还是将其调整为绿地。

2017年,为保护“小鸟天堂”,在建设深湛铁路时,广东省投资1.8亿元建成高速铁路拱形全封闭声屏障,让列车“安静”驶过,最大限度减少列车运行给鸟类带来的声光干扰。

江门市生态环境局新会分局局长戴晓宇说,鸟儿喜欢洁净的空气、干净的水流。经过治理,今年前4月,江门PM2.5已经降至24微克/立方米,实现稳定达标。新会区还持续开展黑臭水体整治,“小鸟天堂”上游的洲海水道全面消除黑臭。

“大环境”在变美,“小家园”也在改善。湿地公园建了滩涂,为鸟儿拓宽觅食廊道。如今“小鸟天堂”内鸟儿多了,生物多样性也提高了。鸟的种类达到105种,植物种类达到359种。

生态环境部华南环境科学研究所参与这里的生态保护工作近40年。该所城市生态研究专家梁明易认为,“小鸟天堂”真正体现了人与自然的和谐共生。

“小鸟天堂”寄托了世人对自然的热爱与对诗意的向往。正因这份朴素的情感,人们去呵护它、爱惜它,才让这里一直得以成为“鸟的天堂”。



“小鸟天堂”里的鹭鸟。新华社发,小鸟天堂国家湿地公园供图



“小鸟天堂”群鸟飞翔之景。新华社发,小鸟天堂国家湿地公园供图

“洗衣液奶茶”类“网红”食品屡禁不绝
“猎奇”“创意”岂能践踏安全“红线”？

新华社 沈汝发

近期,江苏省南京市一家餐饮店销售的“洗衣液奶茶”引起广泛争议。据南京市市场监管局介绍,这款奶茶产品名称为“斑斓厚椰椰”,是南京南椰里·泰式大排档销售的自制饮品,由于奶茶包装容器与洗衣液瓶子类似,被称为“洗衣液奶茶”。

“虽然这款奶茶的瓶身及瓶盖检测报告显示符合食品级包装材料标准规定要求,产品也没有质量问题,但这种包装与洗衣液瓶相似,会误导消费者。”南京市市场监管局有关负责人说,无底线的搞怪设计不值得提倡,商家在食品包装标新立异方面应把握好尺度。

据南京市市场监管局介绍,针对这款奶茶产品的包装等问题,南京市市场监管部门已对该餐厅的3家门店立案调查,目前其名下的3家门店均已全部停用该包装。

“洗衣液奶茶”已被叫停,但记者在部分网络购物平台上看到,诸如灯泡糖、草莓蛋糕精油皂、香烟糖等类似的“网红”食品、用品还在大量销售,给孩子带来的安全隐患仍令人担忧。

——一类是做成日常用品形状的食品,孩子容易误食。记者在购物平台搜索“灯泡糖”,跳出160多家网店,都是销售灯泡形状的糖果。一家网店销售“抖音网红1:1灯泡糖”,据其介绍是按照电灯泡1:1制作,颜

色五彩斑斓,非常吸引人,网上显示月销量超过600多件。对于是否会给孩子造成误导,将真灯泡放嘴里造成伤害的担忧,客服人员仅仅说,要给孩子讲清楚。

记者还看到,有不少商家推出模仿医疗器械输液吊袋外观的“输液饮料”。输入“输液饮料”字样也跳出了许多网店,输液袋挂架、输液袋、输液管和流速调节器等一应俱全。一位网民评论说“今晚成功吸血,饱了!”,不少网民担心这些“搞怪”食品对孩子产生不良影响。

——一类是做成食品形状的日常用品,也给孩子造成误导。记者在一家销售“草莓蛋糕精油皂”的店铺看到,销售的精油皂做成了草莓蛋糕的形状,非常逼真,有五种颜色可选。“看了太有食欲了,我一个人都忍不住想咬一口。更何况小孩子呢?真的有可能误食。”一位孩子的妈妈告诉记者,“坚决不会买,放在家里不安全”。

同时,还有很多做成食物形状的小玩具,孩子也容易误食。记者搜索“食物玩具”跳出成百上千家的网店。很多网民评论说,“非常仿真,细节非常好。”而且从网民评论中也可以看出,很多是买给孩子玩的,很受孩子的欢迎。“太好看了,喜欢得不得了,好多食物,孩子舍不得放手给我拍。”一位网民评论说。

——还有一些“网红”食品打擦边球,容易让孩子养成不良习惯。譬如,搜索“烟糖”也跳出了许多网

店。一家网店月销售量超过200件,里面的糖果做成了香烟的形状,从香烟盒到香烟全都惟妙惟肖。不少网民评论说“孩子很喜欢”,还有一些网店直接模仿中华、万宝路等香烟的造型,一位网民评论说“一包5根,小朋友很喜欢吃。”多位孩子的父母对此表示“不能理解”,“这是烟民从小培养吗?商家不能为了利益,丧失起码的底线。”一位李姓妈妈说。

淮阴师范学院教授赵海林认为,洗衣液奶茶、灯泡糖、草莓蛋糕精油皂、香烟糖等“网红”食品和用品,一定程度上由于形式新颖,满足了消费者的好奇心,容易产生比较好的销售效果,但这类包装对于辨识力弱、好奇心强的孩子极易产生误导,造成安全隐患。商家“猎奇”“创意”要有度,不能为了追求利益而践踏食品安全“红线”,有关部门对于此类奇葩包装应加强监管。

“国家对食品及食品用包装材料有严格的规格和标准要求,但对包装设计的外形没有明确的规定。”南京市市场监管局有关负责人表示,尽管如此,食品类产品涉及身体健康和安全,在创新设计中,不应与非食用产品的包装外形类似,以免误导消费者。

同时,消费者也要树立正确的消费理念,不要盲目追求“猎奇”包装食品。有关部门表示,对市面上有明显安全隐患、故意“恶搞”等挑战公序良俗的食品包装,消费者要及时拨打12345、12315,向监管部门举报,坚决予以抵制。