

烟花爆竹禁与放，是道社会治理必答题

时评



图片来源 视觉中国

本报记者 陈卓

爆竹声中皆故事，人间烟火有味道。源于农耕时代的烟花爆竹，凝聚着千年以来民众对于年味的集体记忆。

新春将至，禁还是放，这个数十年来经久不衰的话题，再次成为百姓关注和讨论的热点。

这背后，既是一道关乎民俗文化和法律规制绕不过的真命题，也是一道如何找准最优解的社会治理必答题。

及名目繁多的开业炮，各地涌现出的烟花大会，与渲染喜庆气氛相伴的，是浪费、攀比等质疑声。

上世纪80年代后期因烟花爆竹而造成人身伤害和财产损失事件逐年上升，频频刺痛人心，更让其成为众矢之的。

污染，也是另一宗原罪。以2015年为例，在开展空气质量新标准监测的338个城市中，重度及以上污染的除夕前一天有3个，而除夕至初一则增长到了51个。环境问题日益突出，要蓝天还是要民俗的讨论越来越多。

对很多人来说，燃放烟花爆竹是刺痛对安全、生态等敏感神经的噪音，成为城市发展之痛。要求禁燃之声渐成主流。

如何治？不少地方政府选择以禁止燃放鞭炮的方式应对呼声。

依法治理，被摆上议程。

1988年6月开始施行的《中华人民共和国大气污染防治法》规定，任何单位和个人不得在城市人民政府禁止的时段和区域内燃放烟花爆竹。

2006年1月起实施的《烟花爆竹安全管理条例》明确，县级以上地方人民政府可以根据本行政区域的实际情况，确定限制或者禁止燃放烟花爆竹的时间、地点和种类。

而对烟花爆竹在生产、经营、运输、燃放过程中造成事故、损失等公害，法律也有明确处罚规定。

1992年，广州率先实行禁止燃放烟花爆竹，第二年北京市也开始实行鞭炮燃放禁令，全国各大城市相继掀起禁燃潮流。截至2005年4月，全国有282个城市制定禁止燃放烟花爆竹的地方性法规。不购买、不燃放，成为越来越多人的选择和习惯。

禁的效果显而易见。《杭州市禁止销售燃放烟花爆竹管理规定》2016年10月1日起施行。据杭州市消防救援支队统计，以除夕18时至正月初一6时为例，2012年杭州主城区火灾78起，2019年降到了17起。

数十年来，国内各大城市烟花爆竹管

理规定的变迁，在禁的主基调上，大体呈现从全面禁放到局部限放的趋势。倾听群众呼声，正视客观情况，始终是这项治理的出发点和落脚点。

三

进入2023年，禁与放的话题再次渐热，为禁燃令松绑的呼声日高。

除了烟花爆竹的文化涵义早已深深渗透到国人的内心深处，深受三年疫情之害的人们，也对承载着驱邪祈福意义的烟花爆竹迸发出更为强烈的渴望。

同时，我国空气质量已发生历史性变化，PM2.5降到2021年的30微克/立方米，优良天数比率2021年达到87.5%。2013年开始实施的烟花爆竹新国标和科技进步，也让安全环保有了更好的保障。

禁与放这个延续了数十年的话题，在传统民俗与环境保护、城市治理的不断博弈中，再次成为一道社会治理考题被摆上C位。

渐起的讨论声中，今年已有不少城市调整了春节期间的政策。大连控制燃放区域以及之外区域除夕燃放烟花爆竹不限时，昆明主城区可燃放烟花爆竹，重庆中心城区部分地方可燃放烟花爆竹。西安市、盘锦市、东营市等地也已明确春节期间可以燃放烟花爆竹，但燃放时间和地点均有所限制。杭州余杭区、临平区、钱塘区也出台规定，禁燃区之外区域可以燃放。

面对不断变化的现实和民意，最大的考验是，因时因地制宜，如何平衡找到最优解。

禁，要有底气。县级以上地方人民政府被法律赋予决定是否禁止燃放烟花爆竹的权力，以下几个度，可作制定决策的参考：开门纳谏扩广度，周密论证保精度，严密审核提硬度，以此充分吸收各界意见建议，论证必要性、可行性、科学性，确保在法治轨道上运行。

禁，要更周全。需要对非法运输、储存、买卖和燃放烟花爆竹的违法行为严格执法，最大限度降低法不责众的侥幸、追

求犯禁快乐的冲动。

年前后，各地警方行动迅速：北京海淀抓获4名非法储存、销售、燃放烟花爆竹违法人员；杭州淳安警方查处一货车司机偷运烟花爆竹案；温州鹿城区警方查处一起涉及9人的违规燃放烟花爆竹案。

同时，在这些案例中，我们看到的是批评教育和行政处罚相结合，在保障法律严肃性的前提下，通过充分宣传、积极引导凝聚更多共识的姿态。

而放，也绝不是一放了之，更是治理能力的验金石。

城市、乡镇、农村情况不同，山区、沿海各有特点，可根据实际情况，划定禁放限放开放区域，以及不同区域的限放时段。这样一来，就可提供全域禁放、特定时段许可燃放、特定地区许可燃放、由特定单位统一集中燃放等多种选项。

放，还需要生产、经营、储存、运输、邮寄以及燃放烟花爆竹的管理等各个环节下足功夫，周全应对，迎接考验。

我们看到，国务院安委会办公室、应急管理部采取通报典型事故、部门联合开展调研督导等系列措施，抓实烟花爆竹生产经营安全工作。

各地应急管理、消防救援、公安等部门联合开展违规经营、储存、售卖烟花爆竹专项整治的新闻，近期频频可见。

哪些是可放区域？家里可以存放吗？如何教孩子正确燃放烟花爆竹？生动活泼的小视频娓娓道来。

同时，做好消防安全、环境卫生等应急预案，避免不必要的安全事故发生，一旦发生安全事故能及时处置，也是应有之义。

准备和行动越充足，疑惑和争议就越少。

浙江省政协委员、浙江传媒学院教授葛继宏此次参加省政协十三届一次会议，就提交了一份关于在浙江范围内有限制地燃放烟花爆竹的提案，其中提到，原本禁燃的主城区，可以在各辖区内选取空旷的操场、广场等地点作为烟花广场，限制规格、指定时段，避免安全事故和扰民问题。

这是对细化治理颗粒度提出的思考方向和建议。

不少地方也正在开展专题调研，力求在最大限度消除隐患的同时，处理好有限燃放与生态环保、平安建设之间的关系。

禁与放之间，法与情之间，都是在民呼我为下对治理能力的考验。希望每个人都能在最优解中品尝人间烟火的满满获得感。

兔年春节，购物车里哪些年货受欢迎？

新华社 王雨萧

兔元素商品销售火爆、预制菜备受欢迎、土特产飞越山海上演年货春运。兔年春节即将来临，消费者的年货购物车里都装了些什么？

预制菜走俏年夜饭市场

过去一年，超400家预制菜品牌通过京东超市为消费者提供2000多种预制菜商品，京东超市预制菜成交额增速达160%。京东集团生鲜事业部肉奶制品总经理赵煜表示，今年年货节期间，多个品牌预制菜销售持续走高，预计今年销量有望取得新突破。

30分钟搞定一桌硬核菜，已经成为越来越多年轻人的年夜饭新吃法。在抖音电商平台，年夜饭预制菜销量比2022年同期增长超200%。大润发数据显示，2023年1月以来，大润发迎来年菜销售高峰，销售额环比上月同期增长约50%。

兔元素商品受青睐

乐悠悠兔、比心兔、星月兔……在银泰百货北京大红门店一层，记者看到多家珠宝品牌推出兔年生肖挂坠、串珠等单品，吸引不少消费者前来挑选。

临近春节，年货市场人气攀升。银泰百货相关负责人介绍，最近一周，银泰百货

全国门店客流、销售实现双增长。尤其是全国门店推出的多款兔年氛围组新年限定礼盒，受到消费者热捧，销量持续走高。

在各大线上平台，兔元素年货同样走俏。抖音电商发布的《2023抖音好物年货节数据报告》显示，截至1月7日，兔年相关商品销量环比年货节前增长超70%，兔背带红包、春节立体投影灯笼、兔年生肖对联等商品，将兔子形象与中国风元素巧妙结合，年货节期间销售额大幅增长。

电商助力 土特产飞越山海

在广西荔浦市一家食品企业的生产车间，清洗好的芋头在削片机上去除外皮，随

后切割成块，送入零下35摄氏度的冷库中，处理好的芋头将被加工成小料芋泥、独立包装的芋头片等产品送往各地。

该企业相关负责人龙启强告诉记者，过去外地人想在冬天吃到正宗的荔浦芋头不容易，消费者常因为没有合适途径而买到价格虚高的芋头。近年来通过上线电商平台，企业把荔浦芋头的美味送到了更多消费者手中。

专家表示，随着电商平台的快速发展和物流体系的日益完善，年货采买已经从过去零散的线下模式，逐渐转变为线上一站式购齐。电商助力更多土特产飞越山海，直达消费者餐桌，不仅丰富了城乡消费者的购物车，也对助力农民增收、带动地方特色产业发展起到积极作用。