

# 新冠大流行迎来转折点 世卫“新决定”怎么看

### ——权威专家详解新冠疫情不再构成“国际关注的突发公共卫生事件”

新华社北京5月6日电 世界卫生组织2023年5月5日宣布,新冠疫情不再构成“国际关注的突发公共卫生事件”。3年多前,当地时间2020年1月30日,世卫组织宣布新冠疫情构成“国际关注的突发公共卫生事件”,这是世卫组织依照《国际卫生条例》所能发布的最高级别预警。

新冠大流行迎来转折点。本次决定主要基于哪些方面考虑?将给我国以及全球带来什么样的影响?新华社记者采访国家卫生健康委疫情应对处置工作领导小组专家组组长梁万年、中国疾控中心应急中心副主任施国庆,第一时间作出解读。

### 世卫组织决定表明目前可以有效控制新冠疫情危害

问:世卫组织宣布新冠疫情不再构成“国际关注的突发公共卫生事件”,主要基于哪些方面考虑?

梁万年:我认为主要基于几个方面的考虑。第一,从当前流行态势来看,全球报告的

新冠病毒感染人数、住院人数和ICU住院人数、死亡人数都处于持续下降状态。

第二,新冠病毒虽然持续变异,但变异株对人类健康的危害没有发生太大变化。

第三,全球来看,通过人群的自然感染和疫苗接种,已经建立比较好的人群免疫屏障。

第四,3年多来,各国加强医疗救助体系和公共卫生体系的能力建设,包括人力资源、防护设备、药品等多方面能力都在加强。

综合这些要素来看,人类抵抗力与病毒之间已经取得一个较平衡的状态,也达到了《国际卫生条例》关于“国际关注的突发公共卫生事件”的基本要求。当然,“国际关注的突发公共卫生事件”并不意味着疫情危害就彻底没有,而是表明以人类目前的能力,可以有效控制这种危害。

### 跨国交通、贸易、旅行等限制将进一步减少

问:世卫组织这一决定,将在全球产生什么样的影响?对于我国意味着什么?

梁万年:对于跨国交通、贸易、旅行的一些限制,将进一步减少甚至消除,这应该是最大的影响。我国的国际交往包括贸易、旅游、学术交流等,有望减少此前因部分疫情防控措施带来的不便。

当然,这并不意味着我国就对新冠疫情放任不管。只要疫情危害仍然存在,我们就还要继续做好相关防控工作,继续和全球各国紧密团结,共同采取更针对性的措施,保护好人民群众的健康。

施国庆:世卫组织宣布新冠疫情不再构成“国际关注的突发公共卫生事件”,并不意味着新冠病毒流行的结束,我们仍处在新冠病毒的一个流行进程中,还要继续做好相关防控工作。

### 监测新冠病毒变异情况,不断完善公共卫生体系

问:下一步,我国将如何应对新冠疫情?

梁万年:有几个方面工作还需要继续坚持。一是坚持有效地监测新冠病毒变异情况和疫情的发生发展情况,同时补短板、强弱项,不断完善公共卫生体系。二是对一些高危人群和重点区域,继续加强疫苗接种。三是继续加强临床救治特别是重症的救治能力。四是呼吁大家保持已经养成的良好卫生习惯。

施国庆:我国已经建立了多渠道的监测预警体系,在城市社区、哨点医院、重点场所、城市污水等进行监测,不断观察疫情变化,及时做好风险评估。如果发现聚集性疫情,立刻启动现场调查。

我们要继续做好监测预警,掌握疫情流行趋势。同时,要加强健康教育和风险沟通,科学看待疫情,保持良好心态。



“我就要插队”“我们不是好惹的”,近日,浙江金华横店影视城景区检票口,两女子因被质疑插队和劝阻男子起冲突,在网络上引起轩然大波。当事人在网络回应称自己是冤枉的,是排错队后“平移”并未插队。但对这样的辩解网友并不买账,反而掀起了新一轮对当事婆孙的声讨和恶搞。

涉事二人究竟有没有插队,景区已经明确表态,如果游客排错了队伍,应该重新排队,如果直接平移过去,属于插队。如此看来,二人无论如何也掩盖不了插队的事实。但即便如此,公众对插队者的指责也应有一定的尺度和界限,不宜上升到恶搞的程度。

网友对插队婆孙的谴责和声讨,源自于日常生活中对插队行为的不满。如今,终于有插队者被网络曝光,这引起一些好事者的兴趣。他们将插队者的表情制作成表情包、车标加以销售。该行为看似解气又痛快,却涉嫌侵犯他人合法权益,也有违公序良俗。

一般而言,对于插队行为,如果有人报警的话,自然有警察劝解、制止。要是插队者态度蛮横,辱骂、威胁、殴打劝阻者的话,则面临着治安处罚甚至刑事责任。而且,对于在景区、高铁等场所的霸座、插队行为,除给予相应处罚外,有关部门还可将其列入“黑名单”,在出行、旅游等方面进行限制。

除此之外,来自民间网友自发的谴责、声讨、怒斥,可以算是舆论监督的一部分。然而,

经过网络的无限传播和放大之后,这种监督已经有变异的味道,而将插队者形象制作成表情包和车标销售,更是有滑向博丑、恶俗的趋势。

根据《民法典》,未经肖像权人同意,不得制作、使用、公开其肖像,除非在个人学习、艺术欣赏、课堂教学或者科学研究,或者实施新闻报道中,人们在必要范围内可以使用他人肖像。在该事件中,如果是媒体报道或者是网友拍照后转发,则不侵犯肖像权。然而制作成表情包、车标显然是对行为人的过分侵权,甚至有侮辱的嫌疑。

在我国,只有司法机关可以发布含有肖像、身份信息的通缉令、悬赏令,这也意味着网友不应随意对他人的形象进行恶搞。此外,商家将其制作成表情包、车标销售的行为,也属于双重违法。据报道,一些商家曾因制作、使用葛优、鹿晗、黄渤等明星的表情、肖像被判赔偿损失。特别是,这种以丑为美的营销,看似

## 将插队者表情制成车标不可取

是谴责不文明行为,实则是对丑行的追逐和消费,是对公序良俗的戕害。市场监管部门有必要对此类博眼球式营销予以查处。对不文明、无公德、低素质行为,谁都有权劝阻、制止、谴责,这是维护正常社会秩序,促进社会风气向上向善的必然要求。但正义善意的目的,不代表手段和过程可以肆无忌惮,可以过分羞辱、侮辱他人,更不代表可以将正常的公众监督和舆论谴责变异为以丑为美、流量至上的恶俗闹剧。试想,如果毫无尺度和边界地对犯错者揪住不放,那么谁都可能沦为受害者,被无规则的狂欢所反噬。只有依法而行,谴责声讨不文明行为,而非消费不文明行为,方可让每个人赖以生活的环境更加文明有序。

(史洪举)



## 千湖湿地三只朱鹮宝宝出壳

本报讯(毛丽娜)5月3日,笔者从宝鸡市千湖湿地了解到,千湖湿地今年野外首窝朱鹮宝宝出壳了,而且是三胞胎。据千湖湿地管理处工作人员张虎介绍,目前正是朱鹮繁殖季,千湖湿地管理处加大了监测和保护力度。5月1日,工作人员在例行监测时,看到一个朱鹮巢里有了新变化,先后有3只朱鹮宝宝的小脑袋在晃动。

“这也是2023年第一窝出壳朱鹮,目前这三只朱鹮宝宝状态良好。朱鹮亲鸟再在巢中育雏40余天,朱鹮宝宝就能飞向大自然了。”张虎说。

此外,在千湖湿地还监测到有另外两对朱鹮正在孵卵,大约在5月底前朱鹮宝宝将陆续出壳。据悉,近年来千湖湿地野生朱鹮已陆续成功繁殖35只幼鸟。

## 西安实行当年到龄人员养老金预发

本报讯(记者 兰增千)5月6日,记者从西安市养老保险经办处获悉,当年到达国家法定退休年龄,经各级人力资源和社会保障行政部门审批,或经各级养老保险经办机构审核,具备退休资格的参保人员(含以个人身份参保的灵活就业人员,统称“当年到龄人员”)可实行养老金预发。

西安市养老保险经办处有关工作人员介绍,我省当年“全省全口径城镇单位就业人员月平均工资”“退休人员基本养老金月计发基数”参数未公布前,依参保单位和个人申请,当年到龄人员可暂按上年度基本养老金计发参数,预计发放基本养老金。

参保单位中的当年到龄人员,在按照诚信申报办法缴纳到龄前的养老保险费后,可预计

算发放养老金。以个人身份参保的当年到龄人员,可暂按截止上年底的缴费情况,预计算发放养老金。

参保单位中预发养老金人员,当年缴费基数符合“低保高限”范围内的预发人员养老金无需人工调整,待参数公布后,经办机构会根据新参数自动重新核算养老金;当年缴费基数不符合“低保高限”政策的预发人员,待基数调整后由经办机构重新核算养老金。

以个人身份参保的预发养老金人员,可按规定选择缴纳当年养老保险费后,由经办机构重新核算养老金。

具体办理流程为,参保单位经办人携带《西安市企业职工退休审批表》或《无视同缴

费率参保人员正常退休申报审核表》和《单位到龄人员养老金预发申请表》,前往经办机构审核,办理养老金预发业务。

预发养老金人员符合享受其它待遇项目(独生子女补助金等)规定的,可一并预发,需提前去相关部门完成资格审批。《单位到龄人员养老金预发申请表》《到龄人员养老金预发申请表》《个人养老金预发申请表》可登录该网站下载。网址: <http://www.sxshbzj.cn/> (市县子站——西安市养老保险经办处)

据悉,“五一”前夕,西安市养老保险经办处已组织开展多次业务政策培训会,现场进行宣讲,答疑解惑。目前,全市已办理养老金预发1635人。



陕西高速西延分公司铜川管理所

### 获评全国交通运输文化建设优秀单位

本报讯(张锦梅)日前,陕西高速集团西延分公司铜川管理所荣获2022年度“全国交通运输文化建设优秀单位”荣誉称号。

一直以来,该所通过打造社会主义核心价值观观文化长廊、文化长廊,编制企业文化宣传手册等措施,进一步推进企业文化品牌培树,提高文化软实力。

国网洛川县供电公司

### 庆“五四”活动激发青年职工活力

本报讯(田丹丹 郭明皓)5月4日,国网陕西省电力有限公司洛川县供电公司举办庆“五四”暨“学思践悟二十大 青春奋斗正当时”主题活动。

活动现场开展了劳模分享会,该公司劳模代表向大家讲述了成长成才道路上的宝贵经验,激发了青年职工奋进新征程、建功新时代的澎湃动力和激情活力。



近日,韩城矿业下峪口矿组织80余名电司机,通过“理论+实操”形式开展岗位标准化作业考核培训,提高安全运输能力。 张焯钧 摄

# 文旅强劲复苏,陕西如何当好“优等生”

看了山和海,也看了人山人海。意料之中,今年“五一”假期,人们积攒了三年的热情喷涌而出,全国文旅市场强劲复苏。

最新出炉的“五一”假期“成绩单”显示:国内旅游出游人次和旅游收入分别为2.74亿人次和1480.56亿元,均超2019年同期数据,差不多每五个中国人当中就有一人出门旅游。

这个“五一”假期,陕西文旅也表现不俗。大唐不夜城、西安城墙等重点景区人山人海的景象在社交媒体上广泛传播,华山、南官山等热门自然景区的大门口排起了“长龙”,陕南一些“藏在深山人未识”的农家民宿客房也被提前抢订一空……西安上榜国内十大热门旅游目的地。全省570家零售和餐饮样本企业节日期间销售额18.1亿元,同比增长17.2%。

“五一”成绩单只是“期中考试”,在竞争日趋激烈的文旅市场环境中,陕西如何继续当好“优等生”?如何让这波热潮持续?

### 陕西文旅为何这么火

早晨6时许,当很多人还在睡梦之中时,西安小南门内已经人声鼎沸了。这个本地市民经常逛的早市,如今已经成为众多游客美食打卡的热门之选。这背后,社交媒体的流量加持功不可没。

互联网时代,注意力是一种稀缺的资源。从摔碗酒到不倒翁小姐姐,从拉住路人到诗中的“李白”到新晋大唐明星“房谋杜断”,高颜值、沉浸式、文艺范儿的体验,不断创新的文旅新玩法,使西安成为国内旅游城市中的“顶流”。

大自然的馈赠、文化历史的积淀,成就了无数地方文旅发展的天然宝藏。如何发掘好、利用好丰富的文旅资源,把游客的关注力转变为产业发展的推动力?火爆的西安旅游也许给出了答案。

作为一座千年古都,西安一向是热门旅游城市,但近年来西安文旅在互联网上的屡次

“出圈”,依托的不仅仅是得天独厚的资源禀赋。有专家解析西安的流量密码:一是打对了以盛唐为主的传统文化牌;二是摔碗酒、不倒翁小姐姐、盛唐密盒等爆品不断;三是搭上了短视频流量的“快车”。

当前,人们旅游休闲的需求不断发生变化。传统的景点游览、美食打卡依然具有吸引力,但以沉浸式体验、多元业态融合为代表的西安文旅新场景,展示了传统文化与时尚潮流交融碰撞的魅力,无疑能在众多同质化的常规文旅方式中收获更多关注。

不仅是西安,如今说起陕西,更多人的脑海里,开始出现在石炭遗址探源华夏文明的奇幻之旅,在延安革命纪念馆重温艰苦奋斗的红色记忆……

陕西各地秉持优质资源禀赋,优化旅游产品供给,推出精品旅游线路,沉浸式体验场景和消费产品,不断满足个性化、多样化、品质化文旅需求,让多个景点火爆出圈。其中,有政府部门坚持推动文旅融合发展,不断激发市场新活力新魅力的不懈努力,文旅行业从内容到场景、从宣传到服务的不断突破,更有广大游客从看景点到美食打卡、从“人在景中游”到互动式体验需求的不断“升级”。

### “出圈”不易“守圈”更难

流量是把双刃剑。“出圈”不易,“守圈”更难。当竞争日趋激烈,如何将流量转化成“留量”,是对文旅行业真正的考验。

事实证明,文旅发展没有一劳永逸。只有依靠创意和智慧,不断推出契合当下潮流、切中市场需求的文旅产品,才能延续文旅的生命力。如果说历史文化赋予陕西文旅以“才能”,创新文旅产品体现了陕西文旅的“努力”,那么服务和环境,则是文旅发展保持顶流又长虹的基本逻辑。

最是一城好风景,半缘烟火半缘君。“五一”

期间,对外地车辆轻微交通违法行为“首违免罚”,广受赞誉的“车让人”“让景于客”,“让”出了西安这座千年古都文明温度与厚度;延安市民在通往景区的道路边熬小米粥供游客免费品尝,让来自全国各地的游客感受到陕北人的热情好客;汉中有市民将空闲房间让出来,让订不到酒店客房的游客宾至如归……人们看到的,不仅仅是一个景点、一座城市,还有陕西满满的发展诚意和陕西人的厚道、热情、淳朴。

从林姑娘献给西安的一束花,到外地游客在暖心警务会客厅留言簿上的感谢话语,从各大社交平台网友们的自愿推介,到志愿者们把坐在轮椅上的老人抬上城墙的暖心瞬间,陕西和游客,在一次次互动中,实现了“双向奔赴”。

目前,陕西正构建西安文化和旅游发展核心区,秦岭生态文化旅游廊道、黄河文化旅游廊道、长征红色文化旅游廊道、丝绸之路文化旅游廊道,关中综合文化旅游区、陕北国家红色文化旅游区、陕南自然风光和生态文化旅游区的“一核四廊三区”发展新格局。全省各地也在结合自身特色与优势,大力推进文旅产业重点项目建设,以“文旅+”的方式推动跨产业融合发展。

文化是旅游的灵魂,旅游是文化的载体。陕西的文化和旅游从相交到相融,从相融到不断创新,形成了一幅“诗和远方走在一起”的新画卷。

### 激发文旅发展内生动力

“五一”成绩单显示出旅游市场极强的发展韧性和蓬勃的活力。然而,尽管出游人次、国内旅游收入等数据均超疫情前水平,但人均旅游消费反而有所下降。这说明,如今的消费者正变得更加注重精打细算,这就给旅游产品的供给侧提出了更高要求。

游客打车遭遇出租车司机绕路、街边购物遇上“黑心秤”、退房不成反被骂……从全国范

围看,火热的旅游市场背后,在供给侧上还存在看旅游产品、景区服务、交通状况等一些不容忽视的问题,陕西当然也不例外。

这就需要我们从推进旅游服务基础设施建设,加强旅游市场监管,维护好陕西旅游品牌形象等多个角度、多个领域进一步提升。

《陕西省“十四五”文化和旅游发展规划》提出,到2025年,全省文化产业增加值占生产总值比重达到3.5%以上;全省旅游总收入突破1万亿元,旅游总人次达到9亿人次,形成文化旅游万亿级产业板块。

当前,陕西正在深入开展“三个年”活动。无论是高质量项目的推进、营商环境的突破,还是干部作风能力的提升,文旅产业都是一个很好的发力点。

4月28日,中共中央政治局召开会议,明确“恢复和扩大需求是当前经济持续回升向好的关键所在”,提出“要多渠道增加城乡居民收入,改善消费环境,促进文化旅游等服务消费”。对于文旅产业而言,就是要推动“旅游+”“+旅游”多元融合,丰富消费场景,挖掘消费潜力,促进消费“可持续性”。

“五一”假期掀起的消费热潮,对于提振全年消费将起到重要的促进作用。要想持续“出圈”,激发消费潜力,就必须继续加大业态创新供给,实施更精准的品牌营销和个性化的旅游品牌塑造,不仅做好对外宣传的“内功”,更要修炼好服务的“内功”,如此才能让陕西文旅深入人心,更好实现从狭义的旅游消费到涉及交通、商贸、餐饮、文创、汽车、住宿等更加广阔领域的广义消费,也就是与投资、外贸并列的消费,更加充分地发挥、释放消费对经济增长的促进作用,实现经济发展“三驾马车”中的消费拉动经济增长的引擎作用,从而在更深层次上稳步实现经济发展模式的转型、转轨,这就是我们一直倡导的高质量发展。唯有如此,陕西才能当好“优等生”。

(李蕊 张英)