

硫磺熏竹笋，为何投诉了也没人管？

首席评论

□伍里川

“这里的竹笋为何在用硫磺熏？”有读者向人民日报反映，在四川乐山马边彝族自治县和泸州古蔺县、叙永县，一些人为了让竹笋保鲜、卖相好，竟然用硫磺熏鲜竹笋。硫磺熏制竹笋既可能对消费者身体健康造成损害，又严重污染空气。读者称，“我们多次向有关部门反映，都没得到有效处理”。随后，人民日报记者实地调查发现，在当地，硫磺熏制的竹笋随处可以买到。

10月19日晚，马边彝族自治县联合调查组发布情况通报称，“目前，已对有关加工原料及产品进行查封，正在对涉事人员依法开展调查取证”。

根据《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》(GB—2760—2024)以及食品安全法等规定，硫磺不能用于

熏蒸鲜笋。但在当地，无论是商家还是村民，压根不把硫磺熏制竹笋当回事。有业内人士直言，熏制一吨竹笋，只需要几千克硫磺，保鲜成本低。为此，一些商家和农户不惜剑走偏锋。

此种做法无异于投毒：二氧化硫附着在笋体，遇水转化为亚硫酸盐，即使是长期低剂量摄入，也会破坏人体的B族维生素；持续刺激消化道，增加内脏黏膜损伤风险。工业硫磺带入的重金属(铅、砷)会在肝肾蓄积，长期摄入会损害肝肾功能，而砷更是属于一类致癌物。

这样的竹笋，不仅会对消费者身体健康造成严重损伤，也会对熏制者带来不小的健康风险。长远看，这种做法也会反噬地方农产品品牌。

值得一提的是，有关人士指出，大型食品加工企业遇到硫磺笋，会进行彻底的“脱硫”处理，但小厂就很难保证品质了。马边县一名领导更是感叹，“只能看企业的良心”。问题是，利

欲熏心者良心何在？

无疑，某些企业、某些人士的自觉是靠不住的。要想遏制这股歪风邪气，唯有在监管上动真格。然而在当地，监管也显示出软弱一面。这才是硫磺熏笋屡禁不止的关键原因。

一方面，当地有关部门对于群众举报和投诉缺乏积极响应，导致熏制者和商家有恃无恐；另一方面，有关部门即便查处，也失之于“高举轻打”。早在2025年人民日报就接到读者反映，古蔺县黄荆镇笋子山有人用硫磺熏笋，记者当时将线索转交当地有关部门。而近日记者询问起此事，古蔺县市场监管部门有关负责人介绍，“去年查获1900公斤硫磺熏制的竹笋，对责任人杨某处以罚款500元”。这种“罚酒三杯”式处罚怎么能让始作俑者长记性？

更令人不安的是，有商家放言：县里有检查，都会通知到村里，自己就能提前知道。而记者“测试”发现，这并

非虚言。监管者和被监管者“暗通款曲”，检查信息成了公开“通知”，熏制窝点当然可以从容应对，以至于逐步形成气候了。

硫磺熏竹笋现象反复出现，说明既有的监管存在很大问题，监管失灵、执法不到位是不争的事实。在教育引导农户改变陋习的前提下，须强化监管体系：通过夜间巡查、突击检查、跨区域联查等机制，消除监管空白和薄弱环节。对硫磺熏竹笋行为依法依规从严查处，对情节严重者坚决追究法律责任，切实提高违法成本。并且通过打击“保护伞”，击碎“硫磺熏竹笋很安全”的病灶，对监管部门的失职者予以问责。

此外，还应通过多地区、多部门合作的方式，全面切断买卖“硫磺笋”的灰产业链条，引进食品深加工企业、引入科学保鲜技术，促进竹笋加工向规范、绿色转型。

(作者系资深媒体评论员)

热点快评

□吴睿轲

跳出“唯满意率”导向，让政务热线回归为民本源

近日，雅安市政务服务管理局发布《雅安市12345热线为减负赋能推动基层工单“减量提质”》文件，明确允许12345热线合理存在不满意工单，不再片面追求高满意率、高解决率。文件要求建立恶意投诉、无效诉求甄别机制，对无实质内容、重复恶意投诉的工单，经核实后不计入合理诉求工单范围；同时上线“一键退办”模块，约束“属地转嫁”派单乱象。

长久以来，12345热线是群众表达诉求、反映难题的重要渠道，一头连着百姓急难愁盼，一头连着基层治理效能。可是，在一些地方，热线的“满意率”异化为硬性指标，数字成了首要追求。为了漂亮的考核数据，少数单位

催着群众修改评价，甚至出现诱导、强迫群众“满意”的现象。还有一些派单环节简单粗放，不管事项权责归属、办理能力，一股脑把工单压给基层单位，造成“看得见、接不住、退不回”的困境。基层人员耗费大量精力对接不属于自身职责的诉求，疲于应付无效工单，真正该解决的民生问题反而被挤占了资源。

允许合理存在不满意工单，不是放任问题不解决，更不是对诉求敷衍了事，而是承认民生问题的复杂性。例如，有些群众的期待和现有政策边界存在差距，即便职能部门依法依规尽力处置，依然难以获得群众认可。摒弃“唯满意率”导向，本质上是告别

形式主义考核，倒逼职能部门把重心放在办实事上。

雅安的改革兼顾两端，既防止考核异化，也规避诉求无序化。一方面设置“一键退办”申诉纠错机制，厘清权责边界，堵住“属地转嫁”漏洞，派单不准，权责不符的工单可以规范退回，减少基层无谓消耗；另一方面建立恶意投诉、无效诉求甄别机制，对无实质内容、重复恶意投诉的工单，经核实后不计入合理诉求工单范围，不占用政务资源。一手约束部门乱派单、逼群众给好评，一手甄别非理性诉求，避免公共服务资源被滥用，体现了治理的系统思维。

当然，松绑“满意率”不等于放松

治理责任，改革之后更要防止走向另一个极端。没有了数字指标的强约束，更需要做实过程监管和实质督办。后续要细化不满意工单的分类研判机制，对每一条不满意工单复盘溯源，把不满意工单变成发现治理短板的线索，从中梳理共性问题，推动制度优化。恶意投诉的甄别标准也要公开透明，划定清晰边界，既要避免少数人滥用投诉权，也要避免部门以此作为借口草率否定群众正当诉求。

期待更多地方从中获取借鉴，剥离附加在政务热线之上的形式主义包袱，让热线回归倾听民声、化解民忧的本源，让基层减负落到实处，真正把热线打造成靠谱的治理平台。

第25届中国(阳江)国际五金刀剪博览会启幕

金秋十月，粤西滨海之城阳江，因一场持续25载的行业盛会而备受世界瞩目。10月20日，第25届中国(阳江)国际五金刀剪博览会在阳江国际会展中心启幕。本届刀博会以“跨越”为主题，设置602个展位，汇聚国内外266家五金刀剪企业，以完整产业链满足全球采购商“直达源头工厂、全品类一站购”需求，再次让世界目光聚焦“中国刀剪之都”。



阳江刀具 受访者供图



第24届中国(阳江)国际五金刀剪博览会 资料图

二十五载提质：全链聚势，链接全球

在25周年节点，展会全方位提质。成品、配件零件、原材料辅料、智能制造四大展区，从钢材、色母等原材料，到刀柄、刀片等精密零部件，再到智能冲压、数控打磨等设备，铺开从源头到终端的全产业链。三泰、一仞、一胜百等原材料企业年年赴约；王麻子、永光、银鹰、鸿丰等龙头企业悉数参展，洋兴、盛达首次亮相品牌展区；威特动力、科拓、键恒、汉霸等39家设备制造企业展示四轴升降磨床、超重力离心光研机、数控五头砂带机等新设备。首次设立的网商专区，展示AI在获客、磋商、签约等

环节的应用，传统制造搭上数字经济快车道。

国际化成色更足。参展企业中外市企业占比超29%，展会首次设置境外展区，德国萨普、瑞士卡瑞迈、法国埃赫曼、日本T—AREA等携高端钢材和厨刀而来，境外参展阵容创历年新高。到会境外嘉宾和采购商人数也为历届最高。罗马尼亚、瑞典、俄罗斯、摩洛哥、墨西哥等49个国家和地区采购商齐聚阳江，九国驻穗领事出席开幕式，西班牙、吉尔吉斯斯坦、俄罗斯等国家粤商会以团组形式到会。

经贸对接：联通中外，两业融合

9场专业研讨、经贸对接、行业推介活动陆续落地。在国内方面，广东省食文化研究会名厨专业委员会等行业协会组成采购团，走进刀剪小镇、调味品小镇源头工厂，开展直采选品、订单对接，联合广东商业联合会、食博会主办方举办产销对接会，畅通产地与终端流通链条。在国际方面，展馆内布置“一带一路+RCEP+ASEC”主题展馆，展示阳江优势产业产品、新技术、新工艺。RCEP产业合作委员会中国—东盟首席商务专家许宁宁寄语阳江企业依托刀博会平台，在RCEP区域市场主动突破。俄罗斯粤商会、吉尔吉斯斯坦粤商

会与组委会签署经贸合作框架协议，设立阳江五金刀剪企业出海综合服务站，举办俄罗斯及中亚经贸对接会。香港中文大学教授郑永年作专题讲座，为阳江融入湾区提供指导。

助力企业出海，本届展会突出两业融合。设立公共服务和贸易服务专区，邀请海关、税务、市场监管、司法等部门参展，招引设计研发、物流运输、知识产权、金融银行、跨境服务等企业入驻。开展“水水联运”业务推介会，让企业掌握阳江港口岸扩大开放和“水水联运”航道机遇，构建“产品+服务”全链条支撑体系，推动产业向价值链高端攀升。

产业为基：品牌跃升，风行世界

产业是展会的底气。五金刀剪是阳江支柱产业，被纳入全市“4+4+×”现代化产业体系重点培育。阳江已建成全国最完整的刀剪产业集群，刀剪产量占全国75%、出口量占全国85%，产品行销全球160多个国家和地区，稳稳扛起“中国刀剪之都”招牌。从一根不锈钢原材料到一把精致刀剪，阳江跑出“全链贯通”：上游广青、禹金等龙头企业筑牢原材料根基；中游万千企业集聚，覆盖生产加工环节；下游配套磨具、智能装备、电商物流、检测认证全业态。8500余家市场主体、近20万名从业人员织就产业生态，打造“一小时供应链圈”，最快15天实现从矿石到成品的全流程交付。

产业规模有厚度，品牌矩阵有亮度。“阳江刀剪”区域公共品牌获评工信部“中国消费名品”。从十八子、王麻子两大中华老字号，到永光、鸿丰等省级老字号，再到银鹰、盛达等国民热销品牌，形成层次丰富的品牌矩阵。技术迭代持续赋能，阳江刀剪向精密化、智能化、标准化进阶。全市拥有多家国家级、省级专精特新企业与创新型企业，

累计斩获5000余项产业专利，深度参与国际、国家、行业标准制修订，正从“制造高地”跃升为“行业标准高地”。

25年深耕，阳江五金刀剪市场版图持续拓宽。产业出口规模从17亿元跃升至超80亿元，合作国家和地区从27个拓展至160多个，国内电商销售突破百亿元，跨境电商增速稳居全省前列，双向大市场格局成型，为刀博会持续高质量发展举办筑牢产业底座。

25载持之以恒办展，刀博会早已超越展会本身，成为阳江以展兴产、以产强城、联通世界的重要平台。截至目前，刀博会累计迎来参会客商超100万人次，累计成交额突破40亿元，稳居“五金刀剪行业第一展”，连续获评广东省会展百强项目，跻身全省七大专业品牌展会。站在25周年新起点，阳江正锚定“更好承接大湾区辐射、打造西海岸重要支点”定位，打造绿色之都、海丝名城。以刀为媒，以展兴产，阳江将持续深耕特色制造，坚持创新赋能，全力打造世界级刀剪产业集群，让阳江匠心制造名片响彻全国、风行世界。

(戴灵敏 陈文婷 许留金)