



三星堆新发现 6 个“祭祀坑” 上新文物近 13000 件

据新华社电(记者 肖林 童芳)13日,四川省文物考古研究院在四川广汉市公布了三星堆遗址的最新考古成果,6个“祭祀坑”目前共出土编号文物近13000件。数件造型奇特的珍贵文物前所未见,也是中华文明多元一体的实证。

三星堆遗址位于四川省广汉市,面积约12平方公里,最早被发现于20世纪20年代。自2020年以来,四川省文物考古研究院、北京大学、四川大学等科研机构 and 高校组成联合考古队,在1、2号“祭祀坑”旁边,相继发现、发掘了距今约3000年的3号至8号六个“祭祀坑”。

目前三星堆3、4号“祭祀坑”已结束野外发掘,5、6号“祭祀坑”正在开展埋藏文物的室内清理,此次公布的文物主要集中在7、8号“祭祀坑”。其中7号“祭祀坑”发现了被考古学家称为“月光宝盒”的龟背形网格状器,成捆的长条状玉凿、三孔玉璧形器、玉斧、玉瑗,铜璋龙形饰、小件的青铜凤鸟、青铜立人、铜铃等。与7号“祭祀坑”邻近的

8号“祭祀坑”大件青铜器更多,包括金面罩铜头像、顶尊蛇身铜人像、精妙复杂的铜神坛、“机器狗”一样的铜巨型神兽、铜龙、“裹裙坎肩大背头”的铜立人像、铜猪鼻龙形器、铜戴象牙立人像、铜神殿形器盖、石磬等,数件文物都是世界上首次发现。

“三星堆的奇特是古蜀人丰富想象力和精湛手工业的完美结合,但其想象表现出的内心世界依然是中华文明‘天人合一、万物共生’的和谐理念。”四川省文物考古研究院三星堆考古研究所所长冉宏林说。

除了肉眼可见的文物,考古学家们还通过现代科技手段,发现了丝绸、竹子、芦苇、大豆,以及黄牛、野猪。在8个“祭祀坑”周边,还发现灰沟、建筑基础以及小型祭祀坑,出土金器、有领铜瑗、跪坐石虎、跪坐石人、绿松石和象牙等珍贵文物。

出土文物的保护修复也在进行中,占地面积66亩的三星堆博物馆新馆建设预计将于2023年完成,建成后公众可以在博物馆的“开放式”修复馆里与文物见面。



在三星堆遗址8号“祭祀坑”拍摄的铜神坛局部(6月1日摄)。

■ 新华社记者 王曦/摄

全国多地发消费券 发放、使用规则有待进一步完善



近期,全国多地陆续发放消费券,提振消费市场活力。记者调查发现,消费券能提振消费,不过,为更好发挥其作用,应进一步优化和完善消费券的发放和使用流程。 ■ 新华社记者 胡林果 吴文诩 杨稳玺

消费券努力促进消费恢复

国务院办公厅4月25日发布《关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》,要求综合施策释放消费潜力,促进消费持续恢复,并提出5方面20条政策举措。

发放消费券是各地出台的促消费手段之一。从涉及品类来看,除了受疫情影响的餐饮、文旅、娱乐等行业之外,有不少省份和城市开始发放汽车消费券,如山东拟投入资金5亿元,发放汽车消费券15万张;还有一些则是与当地的支柱产业相关,如广东佛山发放针对家电产品的消费券。

“政府出资,平台支持,商户配合。”清华大学经济管理学院教授孙亚程介绍说,消费券一般是由政府出一部分资金,然后跟互联网企业或者电商平台合作进行线上发放,部分平台还会给予配套补贴。

记者梳理发现,今年各地的消费券主要通过微信公众号、微信小程序和各类互联网App发放,派券方式包括定时抢券、摇号和抽奖等。合作的第三方商业平台主要包括微信、支付宝、京东及美团等。武汉大学经济与管理学院教授曾伏娥表示,以支付宝和微信为代表的支付类平台的特点在于消费端覆盖面更广;而美团作为本地生活服务平台,则与线下实体商户联系更加紧密。

北京大学光华管理学院与蚂蚁金服研究院联合发布的报告显示,政府1元的消费补贴能够带动平均3.5元以上的新增消费。不少地方和支付平台统计的杠杆效应可达到5倍甚至10倍的效果。

微信平台的数据显示,2020至2021年微信支付实际核销各类优惠金额229亿元,撬动社会消费5200亿元。以宁夏银川为例,自今年3月初至6月6

日,已发放13轮政府消费券,参与人数260万,在线核销超过55.7万笔,直接交易额1.5亿元,间接带动消费19亿元。

中国(深圳)综合开发研究院数字战略与经济研究所执行所长曹钟雄认为,发放餐饮、住宿、旅游、汽车等不同品类的消费券,既能达到定向帮扶特定行业的效果,也能吸引商家和企业推出更多个性化的让利优惠,进而带动上下游复苏,促进企业扩大生产和投资,实现经济和产业的良性循环。

发放、使用规则有待进一步完善

记者调查发现,一些地方的消费券,在发放和使用过程中存在一些值得关注的问题。

——线上发放,一些年龄大的消费者很难抢到。一些年龄偏大的消费者反映,虽然消费券“红包”很多,但能抢到的很少,因为目前消费券一般采用线上发放模式,价值高的几秒就抢光;他们对智能手机的使用没有年轻人熟悉,对各种手机App推送的信息也很难及时关注到,即便关注到了,抢券手速也没有年轻人快。

——一些消费券使用规则不完善。深圳某网友在某购物平台上购买了价值2899元的手机并使用了消费券,之后因个人原因申请退款想重买,但是退款后消费券平台不予以退回。“辛辛苦苦抢来的消费券算是白抢了。”在黑猫投诉平台上,还有不少人反映同样的问题。

“我抢了美食券来消费,但是在火锅店结账时服务员说,锅底费用、茶位费用、饮料费用都不能计算在内。”广州的刘女士告诉记者,本来算好了满400元正好可用券,但是结算时才发现不能用券的那部分费用都七八十元了,商家说有自主解释权。

——一些消费券被交易、转卖。记者调查发现,有人利用外挂程序等抢消费券,还有人通过虚拟定位在其他城市抢券,然后倒卖。某二手平台出现了售卖消费券的现象,部分人以“代付”方式向真正消费的顾客折价出售抢到的消费券。

记者在广州市北京路商圈看到一家土菜馆消费火爆,一些正在等位的市民朋友告诉记者,这家店可以用消费券,“没有抢到消费券也没有关系,拍下座位

号后微信发给‘黄牛’,由他们来结账。”而通过“黄牛”结账比直接使用消费券多付10元。

北京大学国家发展研究院教授沈艳认为,出现消费券转让、交易甚至套现,有的可能是设计机制本身有漏洞,可通过技术手段解决问题;如果是大规模、团伙式转卖,则不仅会破坏市场秩序,还会导致政策效果大打折扣,可以用行政、法律手段去处理。

精准发力放大消费券效用

受访专家表示,消费券提振消费的关键在于让政府补贴变为“助燃剂”,在短时间内激发消费规模增长,最终传导到生产供给侧,带动整个经济链条复苏。如何发挥好消费券的作用,还需要从多个维度精准发力。

曾伏娥认为,为了实现短时间内激发消费规模增长,政府的目标人群应该是那些低收入或者受疫情影响的消费者。“可以分批次在多平台发放,根据核销率动态决定下一批次消费券的投放,提升消费券发放和使用效率;还可以利用数字技术来实时追踪发放效果,不断改善投放方式,从而更加精准地将消费券给到有需要的人手里。”

“发放消费券不妨线上为主、线下为辅。”孙亚程建议,可以发放一些纸质消费券作为补充,比如与当地部分商场、超市、便利店等线下场地联合,给特定群体定向发放一些消费券。

沈艳认为,可以把央行的数字人民币与消费券搭配,保证资金能实现定向定期的使用。为推动消费持续恢复和升级,还要加快发展新兴消费、绿色消费,这有利于以高质量供给引领和创造新需求,促进形成强大国内市场。目前北京、郑州等地已相继发放绿色节能消费券,鼓励消费者购买绿色节能商品。

曾伏娥建议,政府可以对消费券的金额和使用频率进行限制,加强大数据分析,加强对非正常交易记录的筛查,通过技术手段尽量避免以虚假交易套现行为,真正让消费券成为带动全链条消费复苏的“助燃剂”。

此外,记者了解到,近期出现的倒卖、套现消费券等现象,已引起公安机关注意,相信陆续会采取措施对主观恶性较大、投机牟利、大量恶意套现等违规行为进行打击。