

打击环境数据造假,不给违法者留有侥幸

唐山客

在总排口处添加药剂,大幅降低COD(化学需氧量)自动监测数值;采用调配合格的水样装入水瓶代替实际水样进行检测;篡改COD、氨氮等污染物自动监测数据;在排气管道上制造旁路,让废气绕过自动监测设施直接排放;修改工控机上的二氧化硫函数公式,造成生态环境部门监控中心接收的数据无法反映企业真实排放情况……近日,生态环境部公布一批典型案例,其中自动监测数据弄虚作假手段令人触目惊心。

“绿水青山就是金山银山”。近年来,我国生态环境改善的成效有目共睹,相关

部门的检测设备、技术功不可没。然而,“你有自动监测的良策,我有规避监测的对策”,一些排污企业绞尽脑汁干扰环境监测数据,手段五花八门。比如,前几年西部某地给空气质量监测设备“戴口罩”的新闻一度冲上热搜。眼下,形形色色的监测数据造假行为,一定程度上架空了自动监测机制,掩护有关企业的非法排污行为,蒙蔽监管部门,影响着环境监管决策和行动。

环境监测数据造假是一种性质恶劣的反监管行为,轻则违反环境保护法、大气污染防治法、水污染防治法等法律设定的行政责任,重则要承担刑事责任。针对干扰、篡改、伪造自动监测数据的行为,生态环境

部门以及司法部门三令五申,严厉禁止,并不断加大打击力度,也查办了不少案件,取得了明显成效。

然而,近年来,一些企业的反调查意识越来越强,环境监测数据造假的手段越来越隐蔽。相比之下,监管部门甄别环境监测数据造假的手段、能力则有些滞后,这也导致对环境监测数据造假的问题线索发现难、发现慢,查处时还存在违法证据难固定、涉刑案件难认定等问题。这直接影响了打击环境监测数据造假的广度、深度和效率,助长了一些企业造假的嚣张气焰和侥幸心理。

企业的手段“魔高一尺”,监管部门甄别打击的机制措施就应该“道高一丈”。

监管部门必须增强执法本领、危机意识、压力意识,瞄准关键问题,加强对一线监管人员的培训,推进各部门之间的经验交流,共享好措施、好做法,优化升级监管措施,丰富监管手段,打出“非现场执法+现场突击检查”的组合拳。同时,以发展环境监督员、鼓励有奖举报等方式积极引导内部监督、社会监督,提升发现问题、查处问题、治理问题的效率。此外,监管部门和司法机关要联合定期发布典型案例,发挥释法普法的引领价值,加强对下级部门的办案指导。

期待“技术+合力”等方面的手段再多一些,让生态环境执法事半功倍,让“天更蓝、水更清、草更绿”。

家庭药品浪费

张国栋

为防治疾病,许多家庭习惯储备常用药。然而,大多数的药品有保质期,由于一些家庭非理性囤药、各药用药欠科学等原因,导致大批药品“到期即弃”,造成浪费。

家庭药品浪费的成因,主要在于消费端与销售端。除了一些消费者对家庭备药量认识不清,容易出现不理智的囤药行为,部分商家促销行为在客观上也催生了盲目备药,进而为浪费埋下“伏笔”。

与之相对应的是,当前在遏制家庭药品浪费方面,存在诸多短板和瓶颈。一是小剂量的药品供给不足,导致消费者很难“按需购买”。二是“余药共享”缺乏保障,买卖双方存在一定的违法风险。三是过期药回收未“成风”。虽然全国多地均有开展过期药回收,但在实际推行中效果并不明显。

事实上,大批药品到期即弃、随意丢弃,不仅会造成浪费,还可能潜藏多种风险。比如许多药品既是特殊商品,也是化工制品,如果只是简单地把它们当作生活垃圾来处理,会对土壤、水源等造成污染。还有些特殊药物,比如青霉素,因挥发性强,不仅会污染空气,还可能让周围的人出现皮肤过敏现象。此外,随意丢弃过期药品,有可能被不法分子回收利用、制造假药,从而危害患者健康。

无论如何,“到期即弃”,不应该成为家庭药品的“宿命”。有关部门应对症下药,有所作为。比如加强家庭备药的科普宣教,探索建立合法、安全的余药共享平台,完善药品回收机制等,多方发力,共同防范“小药箱”滋生风险,让药品发挥最大作用。

在避免家庭药品浪费中,药企、商家和消费者都要发力。药企可生产“小包装”“小份装”或独立分装药品。药品经营者应合理促销,若消费者有需求时可考虑将药品拆零销售。消费者定期处置过期药品时,实际是在盘点家庭“小药箱”里的浪费,可以对购药形成一定的参考与提醒作用。消费者应结合药品有效期限、家庭人数等,以列表等形式,为家庭成员确定合理的备药分量,坚持做到合理购药、科学备药。

非法窃取 公开道歉

近日,重庆市綦江区人民法院审结一起非法获取计算机信息系统数据案件,被告人封某、陆某利用多地农村信用社联合社网银的漏洞,非法窃取储户资料,企图盗刷银行卡内资金未遂。两名被告人均被判处有期徒刑3年6个月,并处罚金人民币20000元,同时删除非法获取并存储的公民个人信息并在全国性媒体上公开道歉。

新华社 勾建山 作



饮品加冰不该成为消费者权益的“冻结项”

李英锋

针对消费者反映饮品中冰块含量过多导致饮用体验感变差等问题,中消协近日发出倡议:广大餐饮经营者应该尊重消费者的知情权、自主选择权、公平交易权,饮品加冰需以尊重消费者合法权益为前提。

一杯饮料的加冰问题,困扰了很多消费者,也让不少消费者心生凉意。中消协聚焦消费者在饮品消费过程中感受到的默认加冰、无法去掉加冰项、冰块过多、加冰标准不统一等问题,发起“破冰行动”,倡议广大餐饮经营者尊重消费者的合法权益,并给出了具体的指导性建议。此举既有助于经营者凝聚共识,规范经营行为,提升服务质量,也有助于优化消费者的消费体验,增强消费者的权益获得感。

饮品加冰是可选项,不是必选项,更不该成为消费者合法权益的“冻结项”,不该成为消费的堵点、难点、痛点。通常而言,饮品的主项部分应是传统常态的饮料,而不是冰。除部分饮品因对配方及制作工艺有特殊要求必须加冰外,其他饮品的冰均可加可不加。当然,消费

者对饮品是否加冰、加冰量多少有不同的需求,而满足这一需求的前提是知悉饮品的相关真实信息,让消费者自主做出消费选择。

知情权和选择权是一对孪生的消费权利,没有知情权,就没有选择权。凡是能够影响消费者正确判断、评估、选择、使用商品或服务的信息,都是消费者有权知悉的信息,也都是经营者应该提供的信息。一些餐饮经营者在消费者下单时不提前告知或提示消费者饮品是否加冰、加冰量多少等信息,让消费者稀里糊涂地买到加冰饮品甚至冰块“反客为主”的饮品,侵犯了消费者的知情权。按照个人意愿决定是否消费、消费什么、以什么方式消费是消费者自主选择权的核心内容。在侵犯消费者知情权的基础上,一些餐饮经营者不顾消费者的意愿和喜好,在制作销售加冰饮品时“以我为主”,又限制、剥夺了消费者的选择权。

如果经营者销售的饮品有加冰量过大、饮料或主要原料成分过少、价格过高等问题,或经营者有强制交易行为,还会侵犯消费者的公平交易权。

中消协的倡议划出了经营者的加

冰义务边界,也划出了消费者的加冰权利边界。倡议中强调餐饮经营者应主动询问消费者是否需要加冰及加多少冰,应在点单页面明确标注或在点单时提示消费者注意有关饮品加冰信息;应根据消费者的实际需要,为消费者提供“多冰”“正常冰”“少冰”“去冰”或通过备注方式调整加冰数量等个性化选项,供消费者自主选择,也可将饮品和冰分开,由消费者自主决定是否加冰及加多少冰;应把默认购买项设定为饮料而不是冰,可以在点餐台、广告单及食物图片等显眼处明示消费者有要求饮品不加冰的权利……

这些都呼应了消费者关切,都是保障消费者权益的切实举措,都具有很强的可操作性。餐饮经营者应增强落实倡议要求的自律意识、主动意识,以实际行动体现满足消费者需求、维护消费者权益的诚意,推动行业的健康有序发展。

在倡议的基础上,中消协也可联合相关行业协会、监管部门等进一步研究饮品加冰的标准、规范,丰富外力监督干预的措施,让外力监督更具规范性、权威性、制约性,能产生更好的法治效果。