

跨省排污，以邻为壑的“生意”必须遏制

本报评论员 吴迪



跨省排污属于典型的“企业污染、百姓遭殃、政府埋单”。这不仅给正在进行的“美丽乡村”建设、“无废城市”建设带来巨大挑战，也直接影响着全国防治污染攻坚战的战略布局和推进进程。

据1月15日《新华每日电讯》报道，随着社会经济发展，我国危废产生量逐年增加，其中部分危废被跨省非法倾倒、掩埋，犹如“定时炸弹”，既造成严重的环境污染，又产生巨

额的环境修复费用。近一个月以来，江西宣判了多起跨省倾倒危废案件，有的将1100多吨硫酸钠废液，分30次从浙江运输到江西浮梁县山洼处倾倒；有的将6罐车具有危害成分的废液从江苏运至江西峡江县，倾倒至乡村水塘……

又见“千里送垃圾”式的跨省排污。类似跨省、异地非法偷排、倾倒或堆放危险废物，危害十分严重，可能导致水体污染，进而威胁当地百姓用水安全、水生生物繁殖、农田灌溉及粮食品质；可能导致土壤污染，威胁农作物生长、粮食产量等；某些危废含有有毒有害挥发性气体，直接威胁周边百姓健康。

跨省排污因点多面广、分散作案，且多选择乡村偏远之处，发现难、打击难，而造成环境污染的恶果后，处置起来更难，属于典型的“企业污染、百姓遭殃、政府埋单”。这不仅给正在进行的“美丽乡村”建设、“无废城市”建设带来巨大挑战，也直接影响着全国防治污染攻坚战的战略布局和推进进程。

跨省排污在个别地方屡打不绝，一是因为危废处理的成本和技术要求较高，某些危废生产企业为转嫁压力，将危废低价交给某

些没有相关资质的企业处置，而这些企业又层层转包、压价，最后的处置只剩“找个地方直接排放”。二是因为不同地方对危废处置的监管力度不同，“东边不亮西边亮”，给“见缝插针”者留下机会。比如，有的跨省、区相关部门在应对环境污染问题时往往“函来函去”，缺乏有效办法；有的地方公职人员收受好处，对企业不执行危废申报登记、应急预案等制度的行为视而不见。比如，据报道，河北邯郸某环保局原副局长就曾收受6000元好处费，主动为排污者寻找排污地点。

当前我国工业化发展速度快，相关企业产生的工业固废数量庞大，但源头减量、综合利用等能力不足，这很大程度上加剧了危废产量大、存量多、难消化的现状。据生态环境部发布的数据，2019年，全国196个大中城市的工业危险废物产生量为4498.9万吨，其中，综合利用量占47%。当危废处置的“刚需”难以被及时解决，非法转移处置就有了市场。

为遏制跨省排污现象，不少地方持续开展了一些探索。比如，长江流域不同行政区域定期通报情况、信息共享，同一流域上下游之间建立协商会商机制和交叉执法机制；京津冀

冀借助大数据技术搭建排污监管平台，对某些环境污染行为可实现跨省监测和处罚等。这些举措取得了一定成效，但在危废产生量不断走高的趋势下，这种事前震慑和事后追究的措施仍不免有些被动。

除了要强化打击非法跨省排污的力度之外，我们更应加快形成高效的危废综合利用和处置体系，从源头减量，让每一种危废都有“出口”，让危废处置成为朝阳产业，“以预防污染取代末端治理”。为此，有的地方为鼓励相关企业加大对工业固废循环利用技术的研发和实践，每年给予其税收优惠、惠企补贴、创新激励、人才安置等政策，值得借鉴。

同时，正如随着当前垃圾分类在很多地方推行，人们对“垃圾减量、循环利用”的理念逐渐有了共识，相关企业也应在践行“减量化、资源化、无害化”的原则上多一些未雨绸缪，在责任延伸、消除污染、培育产业等方面多一些探索。

生态环境的安全，你中有我，我中有你，“没有谁是一座孤岛”。不能让“以八方污染换我一时富贵”成为某些企业的“生意经”。以邻为壑，跨省排污，这样的“生意”必须遏制。

龚先生

在20多个省份发出“非必要不返乡，就地过年”倡议后，“今年春节还能回家吗？”上了热搜。春节之于你我，毕竟是最特殊的。“非必要不返乡”的倡议使得在外工作的人们面临着理性与情感、平安与团圆的矛盾选择。

如何抚慰“回不去过年”的抱憾，平复那思念与团圆的乡愁，考验着政策、措施的温度。只有完善配套措施与服务，“非必要不返乡”才会成为更多人在疫情防控之下的主动选择。只有个人认识到防控优先，主动与政府、企业一起努力，我们才能真正过个安心年。

网友观点——

@kiki小狐狸：就地过年，为疫情防控尽一份力。

@大力水手：只要家人心在一起，在哪里过年都是一样的。



阅读全文请扫码
“工人日报e网评”

现烤面包的“标识空白”不是小问题

张涛

据《成都商报》1月17日报道，有四川成都市民反映，有些面包店加工和销售地点并不在一个地方，包装袋上也没有标明生产日期和保质期等信息。记者走访部分面包店发现，多数面包店内的现烤面包均未标注生产日期、保质期等。

我国食品安全法对于预包装食品、散装食品包装标签标识有明确规定，无论是预包装食品还是散装食品，都应该在包装或容器上，标明食品名称、生产日期、保质期等事项。相比之下，现烤面包属于现制现售食品，对其标识问题目前法律法规并没有统一规定。

通常来说，现烤面包都会当天生产并售卖，商家在销售时也会提醒消费者尽快食用。因此，现烤面包也没有必要标明生产日期、保质期等。不过，这一说法有待商榷。

根据消费者权益保护法的规定，消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利，有权要求经营者提供商品的价格、产地、主要成分、生产日期等有关情况。对任何食品来说，生产日期和保质期都是十分重要的信息。而且，现烤面包由于使用材料和制作方式，并不适合长时间保存。如果超过了最佳食用时间，往往在口感上会变差，甚至可能变质。

尽管商家言之凿凿，当天未售完的现烤面包，会自行处理掉。但事实是否如此，并不好说，此前便有媒体报道显示消费者买到发霉的所谓“现烤面包”。

随着食品安全体系的健全完善，以及消费者权利意识的不断增强，现制现售食品不再成为规范标识的盲区。同时，现在的现烤面包大多已告别“裸卖”，会进行简单的预包装，具备标注生产日期、保质期的条件。

在这方面，有的地方已经在探路。比如上海规定，现制售装入密封容器或包装材料中的食品应标注品名、制作日期和时间、保质期等信息。希望有关部门尽快完善相关规定，从国家层面进行统一规范，让保障人们“舌尖安全”的网越织越密。

G 媒体声音

◇“卢书记”该咋办 原则不能模糊

根据相关通报，辽宁大连“找卢书记”事件中，两方当事人是上下级关系。“如果你是卢书记，应该怎么办”的话题引发了舆论热议。

中央纪委国家监委网站评论说，“卢书记该咋办”引热议，反映出对于基层办事人员来说，拉下脸拒绝他人，确实是件比较困难的事。但原则不能模糊、底线不容失守！一些人觉得打招呼有用，找关系可行，不知不觉裹挟其中，从受害者变成了默许者，甚至是歪风邪气的助长者。实际上，这样的潜规则你可能一时受益，但长远看破坏公平正义，每一个人都是受害者。

◇警惕“超级传播”，请勿恶意攻击确诊患者

近日，吉林省出现新冠病毒“超级传播链”。当地卫健委通报称，此轮疫情为外省无症状感染者输入后引发本地传播，截至17日14时，已累计报告102例感染者。

《南方都市报》评论说，强化疫情防控措施是必须的，但对“超级传播”的无谓恐慌却也大可不必，对“超级传播者”，更不能过度苛责。“超级”只是对传播程度的陈述，不是对个体传播主动性的判定。疫情终将过去，但在这场疫情中暴露的人性与疏漏，对整个社会的影响却可能会更深远，是作为幸存者的每一个人、每一级社会治理，都终究必须直面的问题。

◇绿码红码随意变，干扰防疫决不允许

这几天，一款名为“健康码演示”，可以随意展示红码绿码状态的APP引发关注。目前，擅自研发该APP的嫌疑人已被采取刑事强制措施，案件也在进一步侦办中。

法治日报微信公号评论说，开发上架该APP，为他人提供伪造健康码，可以说是拿全国人民健康开玩笑。不管研发该APP的目的是什么，这种扰乱社会秩序、给防疫添乱之举，必须予以严厉打击。无论是企图利用疫情牟利，还是想借助疫情实施诈骗，在各地防控补短板、堵漏洞之时，有人以“小算盘”“赚黑钱”来干扰防疫大局，我们决不允许。（弓长整理）

对“悦己型消费”不妨因势利导

张玉胜

据中国新闻网1月17日报道，记者连日来采访发现，中国消费者购物时更愿在最大能力范围内取悦自我，尤以年轻人为甚，“悦己型消费”在中国日渐兴起。比如，时下正值车厘子上市高峰，迎来销售热潮。一位进口水果批发告诉记者，“年轻人买得多。除了吃，他们还用来社交、谈恋爱，给自己和他人以愉悦和慰藉。”

现实生活中，人们的消费心理和消费习惯多元，有人追求文化品位，有人只图个方便快捷，还有人对时尚度、性价比有自己的要求。近年来，倾向于自我满足和个性张扬的“悦己型消费”悄然兴起，渐趋成为消费者购物花钱的主要动机和模式之一。

“悦己型消费”不难理解，就是以取悦自己为目的的消费行为。比如，春节将近，女士为自己订购鲜花、拟在年前做美睫和红指

甲；男士在网上下单香水、电动刮胡刀，等等。这显然是一种追求遵循内心、彰显爱好、体现个性的自主和独立消费方式。其核心要义在于，消费时的主张不再是受迫于生活、价格吸引或潮流裹挟等外界影响，而是要将自己喜欢和自我愉悦的消费意愿放在首位。

“悦己型消费”不是只顾“为我”和“自私”的狭隘化消费，而是一种反映时代特征、契合市场规律和消费潮流的应时产物。

“悦己型消费”的风生水起，既有国人丰衣足食的社会变迁和经济进步的时代烙印，也有行业结构调整和企业产品换代带来的消费升级的市场影响。这种消费方式在年终岁尾的节日经济中表现尤为突出。

在收入水平普遍不高的年代，人们的消费动机多倾向于满足吃饱穿暖。随着仓中有粮和袋中有钱，随心如愿地率性消费成为不少人的选择。而年终奖金等福利制度的完善，进一步助推了消费者“犒劳”自己、展现首

心和表达亲情的愉悦悦己心理。

尤其是经过去年以来的疫情磨砺和现实大考，人们的价值观念、生活态度和消费方式更经受了洗礼和拷问。珍惜生命、眷顾亲情、活在当下、创造未来，成为更多人的价值取向和消费愿望。比如，爱面子、炫名牌、赶时髦的消费理念可能不再吃香，而能赚敢花、乐于尝新试鲜、追求购物体验、乐享消费快感，成为新一代年轻消费者的追求。在消费内容上，则更倾向于放松心情的观影听乐、休闲旅行，以及着力于提升自我的美容美发、健康投资、知识付费等。

“悦己型消费”顺应了人性本能和生活诉求，是促进人的全面发展的应有之义，更对刺激消费、拉动内需、促进生产和激活流通有所启示。相关从业者不妨因势利导、顺势而为，比如为“悦己型消费”提供更多适销对路的优质产品和服务。相关部门也应放管结合，既为其良性发展提供便利，又敦促、引导其规范有序，丰富民众消费生活。

权者。一些制药企业在经营观念方面出现偏差，发出错误指令和要求，让医药代表不敢不听。对此，上述办法规定：药品上市许可持有人不得鼓励、暗示医药代表从事违法违规行为，违者受罚。这相当于为其划出了行为红线，目的在于充分发挥好医药代表的应有作用，规范行业秩序。

医药产业关系国计民生，医药代表备案新规有望让医药代表这一职业正本清源，敦促相关从业者提高专业素养与职业道德，回归药品信息传递、沟通、反馈的职业本位，促使其走上专业化之路。同时促进制药企业依法依规开展经营，打破原有灰色利益链，破除以药养医，减轻全社会的医药费用负担，促进医药产业健康有序发展。

下一步，监管部门要盯程序、督执行，保持高压态势，对越线的单位和个人严肃追责，以儆效尤。同时药企、医疗机构、患者、行业协会等也应参与进来，提升公共监督力量，充分发挥行业监督和自律的作用，凝聚共治合力，保障上述规定和办法落实到位并充分发挥效能。

让“医药代表”回归职业本位

用药；收集、反馈药品临床使用情况等4方面内容。不难看出，国家对这一职业的专业技能要求较高。

然而现实是，医药代表的角色出现了一些跑偏的情况。比如，部分药企将医药代表的销售业绩与收入直接挂钩，受利益驱动，为实现打开药品销售渠道等目的，一些医药代表通过向医生输送回扣等方式影响其用药，某种程度上成了单纯的“医药销售”。

一些医药代表用高额回扣打开医院的大门和医生的防线，已成潜规则。数据显示，2016年至2019年间，全国百强制药企业中有超过半数被查实存在直接或间接给予回扣的行为。而“医药代表提成是药品价格的10%，医生收的回扣则是药品价格的30%至40%”的

央视调查数据，更让人震惊，药品带金销售成为滋生腐败的温床，并一定程度上导致了药价虚高，败坏了医德医风，负面效应最终由患者和社会买单。

近年来，随着医改的不断深化，药品采购“两票制”、国家药品带量集采、医药价格和招采信用评价等一系列政策措施相继落地，药品带金销售的灰色空间被大幅压缩。上述办法的出台对医药代表的职业定义、主要工作任务、学术推广形式、处罚措施等都予以明确规定，给医药代表增加了刚性的约束，是规范药品流通秩序，遏制相关腐败行为的必然之举。

应该正视的是，板子不能都打在医药代表身上。药品上市许可持有人是拥有话语