

# 一张采砂管理单卖10万元,监管制度岂能被明码标价?

本报评论员 吴迪

当地公安部门此前查获一起案件发现,某犯罪团伙伙同、倒卖砂石采运管理单15张,涉案金额160万元,折合单张超过10万元。

砂石采运管理单相当于合法砂石的“身份证”,纸质管理单一般一式四联又称“四联单”,供监管、运输、销售等不同环节收执使用,上面写有砂石来源、目的地、运载量等,是采运和销售砂石时的有效合法证明。一张管理单牵涉生态环境、交通运输、市场秩序等方面的工作。出人意料的是,砂石采运管理单居然被“明码标价”,成了不法团伙的“通关符”。

这一问题的根本原因在于监管成了“稻草人”——“四联单”的每一联都对应有不同环节的监管职责,特别是第一联和第四联直接对应现场监管部门和行政主管部门的职责。然而,据办案民警介绍,有监管单位工作人员因贪图利益给不法团伙开具管理单,从源头上提供了“增量”,扰乱了各环节的审验工作,最终令监管成为空谈。

就客观因素而言,长江支流河道涉及省市众多,纸质管理单样式各有不同,容易造假、重复使用却不易分辨,且运输途中变数较多,也增加了监管难度。比如一单多用,“原本要运到乙地的一船合法砂,先在采砂地附近卖掉,沿途再不断偷采售卖,直到最后一船

运抵终点”。此外,一些处于许可采砂区但资源几乎枯竭的采砂企业,凭借自身合法资质倒卖管理单,也是加剧此现象的一个原因。

不论是监管人员与不法团伙的勾连,还是合法企业与不法团伙的合谋,都将砂石采运管理单当成一块肥肉,将监管制度当成用来交易的商品。本质上看,这都是监管虚置、制度空转的结果。

拿监管制度做交易的情形在其他领域也有不少。从媒体披露的案例可见,在工矿、建设、文化等领域,有的职能部门责任人利用职务便利,违规审批采矿许可证、施工许可证,倒卖文化市场许可证等;在粮食收储领域,一些掌握职权的工作人员以“好处费”多少为标准来决定优先给谁发放“粮食生产监制证书”;个别医院工作人员非法开具和出售出生医学证明,导致其流入黑市,为打拐等工作带来难度,等等。

当一项原本用于规范相关领域秩序的制度被架空,其危害是巨大的。以采砂业为例,监管失能不仅助长砂石市场的无序竞争,更严重的还会破坏航道危及通行安全,损坏堤岸威胁水利防洪设施安全,影响水体物质稳定性破坏生态环境。可以说,不管哪个领域的监管制度失灵,公共利益、安全基石、经济

秩序等都会遭到不同程度的威胁。

近年来,有关方面加快完善证照审批许可、使用、监管的电子化、标准化进程,在提升监管质效、全周期监管、可追溯等方面取得了显著成绩,有效弥补了某些监管制度的缺陷。比如,在长江干流,已经实现电子版砂石采运管理单的闭环监管,大大遏制了传统盗采现象,也为提升识别和打击非法作业能力等提供了诸多可能性。

当下,个别领域存在的监管漏洞无疑对提升监管质效、保障制度刚性等方面,提出了更高要求。比如,交通运输、自然资源开发等领域的监管多有跨区域、跨部门的特征,如何加强不同部门、单位间的统筹协调,确保制度不漏风、无死角,值得研究。此外,数字化技术正在不断被应用于水文监测、灾害预警、智慧城市建设和等领域,如何运用更多信息技术手段确保监管制度的无缝对接、有效运转,也是很有研究价值的课题。

条条江河连接着千家万户、千行百业,我们绝不容许任何一个领域、关口的制度失守。期待更多地方和部门不断创新监管方式,回应公众“让监管制度成为硬约束”的期盼,让任何别有用心者无机可乘、无缝可钻,维护经济社会秩序的健康发展。

## 社评

中国新闻专栏

我们绝不容许任何一个领域、关口的制度失守。期待更多地方和部门不断创新监管方式,回应公众“让监管制度成为硬约束”的期盼,让任何别有用心者无机可乘、无缝可钻,维护经济社会秩序的健康发展。

据5月5日《半月谈》报道,记者走访长江上中下游地区发现,部分支流相关部门在许可采砂区等管理上存在漏洞,一些盗砂团伙通过虚开、伪造、重复使用砂石采运管理单非法采砂。有些监管部门工作人员为不法团伙虚开管理单,对非法倒卖和使用管理单睁只眼闭只眼,长江支流砂石采运管理相对混

## 两字之差被罚46万元,直播带货别总信口开河

史洪举

2022年11月,因为在直播中将“原切静腌牛排”说成“原切牛排”,拥有上千万粉丝的“小贝饿了”引发争议,被网友质疑带货产品有虚假宣传、质量等问题。近日,有关部门经过调查,责令当事人立即停止违法行为,该账号关联公司品派传媒(西安)有限公司因虚假宣传被罚46万元。(见5月7日《新民晚报》)

“原切静腌牛排”与“原切牛排”,两字之差被处罚46万元,有人认为或许是口误,监管部门小题大做,也有人认为“口误”一说站不住脚,被如此处罚并不冤。

“原切静腌牛排”与“原切牛排”确实有本质差异。前者需要经过腌制,属于调理牛排范畴,后者则是“原汁原味”,没有人为加工痕迹。根据轻工业行业标准QB/T 5442-2020《牛排》的定义,两者属于不同品类,在工艺、配料、营养成分、售价上均有差异。有记者调查发现,同样是100g,“原切静腌牛排”的售价比“原切牛排”要低一半以上。

可见,将“原切静腌牛排”宣传为“原切牛排”,不仅会对消费者造成误导,而且可以因此获利不菲。涉事主播先后19次将这款牛排宣传为“原切牛排”,当日实际销售额达35万余元,且其为专业的吃播主播,拥有近两千万粉丝,获赞量达1.8亿。这些都意味着,其将低价产品“口误”为高价产品的可能性不大。监管部门以欺骗、误导消费者,不当谋取交易机会和竞争优势为由处罚其关联公司46万元,并无不妥。

我国广告法明确,发布虚假广告的,可对广告主处以广告费用3至5倍的罚款,广告费用明显偏低或无法计算的,处20万元至100万元罚款。根据消费者权益保护法,构成虚假宣传的,还应当向消费者承担假一赔三且不低于500元的赔偿。

知名博主被罚,警示网络平台和主播应自觉爱惜羽毛,严守法律底线。从“劣质糖水燕窝”到“浑水摸鱼牛排”,事实一再证明,侵犯消费者权益,早晚要付出代价。直播间绝不是可以肆意肆无忌惮欺诈、“收割”消费者的所在,监管部门也不是“吃素”的。



## 图说

## 躲猫猫

“见瓶身”“见包装背部”“见封口处”……据《北京日报》报道,近日,记者走访多家超市发现,食品包装袋上印的生产日期不是在犄角可见,就是模糊不清、字号过小,消费者找起来就像玩捉迷藏。

我国现行法规对商品生产日期标识的颜色、区域及方式等,并无详细规定。这也导致现实中,生产日期的标识五花八门,有的是墨迹喷印在彩色图案上看不清,有的字号太小难以识别,一些散装食品的生产日期更是无处可寻。生产日期一定要如此跟消费者“躲猫猫”吗?商家这么做,目的到底是什么?近年来,食品外包装上诸如成分表语焉不详、生产日期难寻不见等问题屡遭诟病,在公众消费理念不断升级、维权意识不断增强的当下,消费者对食品基本信息的知情权,不该一再被无视和敷衍,期待相关方面尽快行动起来,推动一些实质性改变。

李法明/图 福超/文

## 员工的“朋友圈自由”不容单位广告侵犯

胡欣红

据5月8日《成都商报》报道,因未在朋友圈转发或推送所在医院的微信链接,重庆涪陵某妇产医院驾驶员陈某不仅被扣除工资1万元,还被解除劳动合同。日前,重庆市高级人民法院发布的这起劳动争议典型案例,引发广泛关注。法院认为,微信朋友圈的信息应由使用者自主决定,用人单位不应非法干预。一审法院判处医院补发陈某被扣除的工资,并支付违法解除劳动合同的赔偿金5万余元。当事医院不服上诉,二审法院驳回上诉,维持原判。

微信是个人社交工具,朋友圈也是个人生活内容的网络表达,本质上属于私域。然而,朋友圈的熟人效应、生活化场景,意味着其有天然的宣传优势,于是不少企业、商家都

热衷于通过各种形式鼓励员工或者消费者转发朋友圈推介。

对类似的转发要求,要一分为二看待。员工和单位关系密切,甚至荣辱与共,一损俱损,如果员工愿意转发有关内容,自然是动动手指即可。但如果强制员工有所作为,甚至以所谓的“集体主义精神”干涉员工私人空间的事情,不仅不合理,也涉嫌侵权。揆诸劳动合同法、行政处罚法等法律,单位无权随意对员工施以工作内容之外的要求,无论罚款扣钱还是劝退开除,都不符合相关法律精神和规定。

遗憾的是,现实中偏偏有用人单位执意将员工朋友圈当成自己的广告牌,甚至提出明确的考核要求,批评、扣钱、辞退等手段更是花样迭出。一年前,一则“男子上班28天倒欠公司3280元”的消息,一度引发热议。该男子正是因为少发了(为公司做广告之类的)朋友圈被扣钱而最终“倒欠”公司的。

朋友圈考核的“奇葩事”一再上演,很重要的原因在于企业管理者对劳动者权益的无知和漠视。而劳动者一方面对类似“小事”不想较真,另一方面毕竟还想继续工作,不好闹翻脸。于是,某些管理者更加“理直气壮”地征用员工朋友圈。

从这个角度看,上述案件堪称典型。它不仅给劳动者撑了腰,也给相关各方面提了个醒——为劳动者提供便捷、专业、有效的法律服务,加大对劳动者权益领域违法行为的惩处力度,才能更好地保障劳动者合法权益。

此案也是一个凝聚更多共识的契机。一者,劳动者要拿起法律武器维护自身合法权益;二者,用人单位要学会“公私分明”。而且,把员工朋友圈当成单位广告牌,“宣传”效果未必好,很多人在朋友圈看到一天到晚发本单位广告的人,不仅可能会选择彻底屏蔽,而且可能对相关单位心生反感。

空间。

医美领域的常见乱象若发生在医院里,简直是不可思议。比如,医美维权因人们没有索要和保留好病历、检测单、发票等就诊资料,而导致失败的案例比比皆是。在医院,这种情况几乎不可能发生,因为《医疗纠纷预防和处理条例》明确规定,医疗机构及其医务人员应当填写并妥善保管病历资料。任何单位和个人不得篡改、伪造、隐匿、毁灭或者抢夺病历资料。医院因病历资料不全、篡改或伪造病历而输掉官司的情况十分常见。这两种情况形成的鲜明反差,是医美服务医疗属性“褪色”的一种生动写照。

不难看出,医美服务的消费属性掩盖了医疗属性,是其行业乱象屡禁不绝的一大根源。消除医美领域浓厚的商业味道,让医美回归医疗属性,才能为医美服务正本清源。明确医疗美容服务属于医疗活动,为医美服务人员划出更清晰的界线,将无资质机构和人员挡在门外,运用医疗法规和行业技术规范等来强化监管与约束,困扰民众已久的医美乱象才有望逐步被清除。

综合监管,从登记管理、资质审核、“证”“照”信息共享等多维度构建高效联动的行业监管体系;优化行业准入条件、提升市场主体登记管理服务、强化信息公开和信用约束等。

其实早在2002年,原卫生部印发的《医疗美容服务管理办法》就明确了医疗美容属于医疗行为,医美机构须获得《医疗机构执业许可证》,医美人员必须具有执业医师资格。然而现实是,据中国整形美容协会数据显示,医美非法从业者人数至少十万以上,合法医师仅占行业28%。

长期以来,医疗美容服务兼具医疗属性和消费属性,但其消费属性往往被“过度开发”,以至于很多人容易产生错觉,认为

医美服务更像是生活美容式的纯商业活动。比如,医美服务对象被普遍称为消费者,鲜有被称为患者的。进入医美机构大门,首先见到的往往不是导医护士,而是迎宾、导购、促销人员。在线上,“网红引流”、图文“种草”等医美营销行为也十分常见。签订医美合同、处理医美纠纷等,也都带有不少商业味道。

与此同时,医疗美容的医疗属性频遭忽视——不仅无资质、超范围执业等成为普遍现象,生活美容也经常越界提供医疗美容服务,甚至毫无忌惮地借用医疗的家政服务人员,经过短期培训后也敢往人脸上动刀子、打“医美针”。医美的医疗属性变淡,“黑机构”“黑医生”“黑药械”就有了浑水摸鱼的

下午3:52 100% 工人日报

### 网评

## 热门旅游地个个“天生丽质”? 如何解锁其流量密码?

龚先生

近日,山东淄博的公共厕所为游客配备“安心篮”,里面有湿巾、酒精棉片、肠炎宁片等,引发点赞。各地旅游资源不尽相同,吸引客流的原因也多种多样。要说互相学习借鉴甚至“抄作业”的话,我们应该关注的不能只是“答案”——抄什么文旅项目,更要关注“解题过程”——火爆的内核是什么。

没有长红的流量,当一些热门旅游地的热度和流量回归常态后,我们更应从其曾一时引发公众点赞的表层,看到事情的本质,看到什么才是吸引游客能一来再来的长红密码。

网友跟贴——

@栗子:要从神经末梢的改变去积累好的口碑。

@名星:旅游产业的发展需要稳扎稳打。

阅读全文请扫码“工人日报e网评”

## “特种兵式旅游”还须量力而行

丰收

“五一”假期,小胡(化名)陪朋友在浙江杭州“特种兵式旅游”,一天刷完西湖湖滨、断桥、太子湾、西溪湿地、六和塔、奥体中心等景点,日行三万步,结果次日起来没法走路,进了医院。骨科专家指出,“这是长时间步行导致的膝关节半月板损伤”。(见5月7日《北京晚报》)

“特种兵式旅游”是今年突然火爆的一种新旅游方式,时间短,所到景点多、花费少、效率高是这种旅游方式的主要特点,其参与者多为大学生等年轻群体。这种方式性价比高,可以让年轻人高效打卡、游览,开拓视野,也可以锻炼其个人意志力等,但凡事有利有弊,不是所有人都适合搞这种“特种兵式旅游”,更不能盲目跟风。

事实是,这种旅游方式要高强度、长时间行走,大概率也会导致睡眠时间不足、质量不佳,进而容易给身体造成健康损害。此前,便有一些医学专家指出这种旅游方式存在多种健康风险,比如,高强度运动叠加睡眠不足容易诱发心脑血管疾病等,甚至有猝死风险;如果身体持续疲劳,不仅是膝关节和足底容易受伤,还可能造成肌肉拉伤、腰肌劳损和腰椎损伤等;还可能导致免疫力下降、消化系统等方面的问题。

“特种兵式旅游”名义上是旅游,但更像是高强度运动。虽说年轻人体质较好、精力旺盛,但也不是人人都具备相应的身体素质。如果参与者对自己的体质,或者对这种旅游的强度缺乏清醒、理性的认知,那么很容易在旅游过程中出现健康风险。

须知,即便是真正的特种兵——即单兵作战能力极强,适合在各种恶劣条件下完成各种作战任务的兵种,其身体素质也是经过长期特殊训练形成的,不是说打就打、天赋异禀。这也提醒年轻人,高强度、高效率安排旅游规划之前,要有更好的准备,更周全的考虑。

某种角度上说,“特种兵式旅游”只是少数人的狂欢,也没有跟风模仿的必要。毕竟,健康和生命才是第一位的,选择“日行三万步、睡眠三小时”,实在应该多一些审慎。

## 媒体声音

### ◇路边摊回归,“松绑”还需“导航”

新修订的《深圳经济特区市容和环境卫生管理条例》中,引人注目的条款当数“规定街道办事处可以根据方便群众、布局合理、监管有度的原则划定摊贩经营场所”。

《新华日报》评论说,重启路边摊,并不意味着“摆摊”的低层次回归,而是对新经济形态融入城市肌理的探索和尝试。当前,路边摊的类型和业态日益多元,也吸引越来越多的年轻人加入其中。辅以宽容审慎的管理、科学合理的规划,路边摊也可以成为富有城市特色的创意空间,成为创业者拥有更多可能性的孵化之所。期待再次回归的路边摊绽放新的活力和光芒。

### ◇观影“屏摄”要守牢著作权底线

近日,一部名为《灌篮高手》的电影被一些观众在观影时用手机拍摄并传到网上,引发各界对“屏摄”行为合法性的争论。

《经济日报》评论说,有关“屏摄”行为的争议并非多余。一方面,盗版传播可能会使公映期内电影面临票房减损的风险;另一方面,观众发布的碎片化电影信息带来的剧透与负面评价会降低潜在观众的观影意愿。良性的著作权维权应在严厉打击恶意偷拍盗录的基础上,为观众的个人表达留有空间。电影宣发也可多做巧功,积极回应影迷的合理需求,为观众的镜头提供更多视角。

### ◇“薅高铁商务座羊毛”,该怎么看?

近日,有网友分享了“薅高铁商务座羊毛”的视频,该网友购买18.5元的短途商务座,在候车厅享受贵宾级待遇,引发热议。

《光明日报》评论说,高铁商务座是高铁品质服务的重要体现,它为人们出行提供了更舒适的服务。一些年轻人渴望追求新鲜有趣的体验,进而选择这种消费方式,在符合政策规定的前提下是完全合理的。如若因为票价的不同让服务缩水、实行区别对待,则违背了契约精神。这种“薅羊毛”似的消费方式也代表了一类年轻人的消费观,当然,人们还需保持清醒认知,保持对规则的敏感度,避免盲从。(弓长)

## 重申医美的医疗活动属性,让浑水摸鱼难以为继

罗志华

近日,市场监管总局、公安部、商务部、国家卫生健康委等十部门联合印发《关于进一步加强医疗美容行业监管工作的指导意见》,就进一步加强医疗美容行业监管工作,规范和促进医疗美容行业发展提出一系列针对性举措,其中,明确规定医疗美容服务属于医疗活动,尤为引人瞩目。(见5月5日《北京青年报》)

上述指导意见围绕医疗美容服务作出了多方面的细致规定,比如,明确规定医疗美容服务属于医疗活动,必须遵守卫生健康有关行业准入的法律法规;着重强调跨部门