

环境监测数据造假是更严重的污染

□ 国务院发展研究中心资源与环境政策研究所副所长 常纪文

日前,中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于建立资源环境承载能力监测预警长效机制的若干意见》(以下简称《意见》),引导和约束各地严格按照资源环境承载能力谋划经济社会发展。相比以往出台的一系列环保法律法规,《意见》的一个重要看点,就是通过系统性的制度设计,严格规避环境监测数据造假这个“老大难”问题。

监测数据是衡量环境状况的抓手,然而,由于违法成本低、守法成本高,一些企业乃至

地方政府常常铤而走险,对监测数据造假。企业对污染源排放数据造假是为了逃避环境监管,把超标排污和偷排变成合规排污。此外,还有一些地方政府为了应付上级政府的环境保护年度考核,也开始对区域环境质量造假。有的企业和地方环境监测部门甚至有两本账,一本给自己看,一本给监管部门或者上级看。

环境监测数据造假是另一种污染。由于环境监测数据作假,企业可以少交排污费,不交罚款,地方政府的考核结果由

不合格变为合格甚至优秀,最后的结果是环境受损、百姓遭殃,环境总量控制制度对环境质量的实现失去作用。在现实中,总量控制指标年年缩减,而大气和水污染却日益严重,这种“怪现象”,既不利于生态治理,也不利于国家质量型经济的发展。

应该看到,2015年新《环境保护法》实施以来,通过严厉的打击,环境监测数据作假行为有所收敛。但根据环境保护部大气污染防治专项督查组的反馈,2017年1月以来,企业环境

监测数据作假的现象有所反弹,有的企业通过监测软件造假,有的企业通过监测设备造假,有的采取监测方式作假,即使数据联网,但由于是源头造假,基层监管部门也难以发现。

结合目前的实际,《意见》作出了系统性的制度设计,采取有效的、针对性的措施,规避环境监测数据造假,其中亮点纷呈,例如通过大数据、人工智能、卫星遥感等高新技术在环境监测和质量管理中的应用,对环境监测活动全程监控,实现对异常数据的智能识别、自

动报警,发现并制裁造假行为,弥补现场巡查和监测发现违法的或然性不足,减少人为干预等主观因素干扰数据真实性。

总体来看,《意见》的出台,通过严厉的制度和严肃的事后罪责,撬动了生态文明建设和体制改革的大格局,确保生态文明体制改革和生态文明建设以符合预期的方式顺畅运转,既保证地方环境保护审批的真实性,提升环境应急和环境监管的有效性,维护生态文明评价考核的严肃性,也有利于形成正确的政绩观。

谁在为“上瘾”饮料大开方便之门?

“不含酒精,一样能嗨”,继“笑气”之后,近期一种名叫“咔哇”的饮料又在年轻人群中迅速走红。公安机关检测发现,部分“咔哇”饮料含有国家一类精神管制药品“ γ -羟基丁酸”。据报道,记者通过微信公众号搜索“咔哇”,仍然能找到一些售卖该饮料的销售商。

“一瓶饮料‘咔哇’让你嗨爆全场”“不含酒精,一样能嗨”,极具魅惑的宣传,特别容易让年轻人跟风尝鲜。据介绍,一次性摄入 γ -羟基丁酸,即可引起短暂记忆力丧失及肌无力等症状,达到20~30毫克可引起快速睡眠,达到50毫克会立即导致意识丧失与昏迷,后果不可谓不严重。这种所谓的饮料为何大行其道值得追问。

对问题饮料,必须追溯其来路。除了调查生产厂家是谁,也得追问厂家为何炮制这种伤天害人的问题饮料。据业内人士称,这种饮料10瓶六七百元左右。相比普通饮料,无疑属于天价。事实上, γ -羟基丁酸自2005年起就被我国列入二类精神药物予以管制,并于2007年变更为一类。厂家不可能不知这一情况,更不可能不知道 γ -羟基丁酸的危害,但照样生产不误,就应了一句俗话“无利不起早”。对此,司法机关应该及时查处,依法处理。

商为利铤而走险,平台该承担什么样的责任?近年来,一些微商销售假冒伪劣商品备受诟病,如今连涉嫌违法犯罪的的问题饮料也敢销售,为其提供销售的平台可作壁上观?

众所周知,按照相关规定,任何单位、个人未经有关部门审批,不得进行麻醉药品和精神药品的实验研究、生产、经营、使用、储存、运输等活动。可问题是,一些大型网购平台的网店确在销售 γ -羟基丁酸等管制类精神药物。是谁打开了潘多拉盒子?是谁有意无意地扮演了帮凶的角色?又是谁睁一只眼闭一只眼?

更让人担忧的是,在公安机关通报已在严查之后,记者通过微信公众号搜索“咔哇”,仍然能找到一些售卖该饮料的销售商,销售商还承诺可以邮寄。比销售商猖狂更可怕的,也许是无人监管。一旦猫不捉耗子,或者对耗子网开一面,耗子必然有恃无恐。

从涉毒的“阿拉伯茶”“跳跳糖”“红冰”,到过量吸食会上瘾并可致人瘫痪的所谓“笑气”,再到如今的“咔哇”饮料,问题消费品层出不穷,极大地威胁着消费者的安全。这个还没查处,那个已冒了出来。在猎人与狐狸“斗法”的“游戏”中,无论生产者还是销售者都在玩火,却乐此不疲。这提醒相关部门该提高相关人员的违法成本了,也提醒监管部门丰富监管手段,以提升打击的精准度。

最重要的是,如果相关平台无法做到守土有责,问题消费品就很难获得有效遏制。故此,在强化防范的同时,还应该各司其职,通过合力,形成围堵之势,让类似违法犯罪行为无处遁形。(人民网)

“伪养生”月饼背后的真问题

□ 王石川

“四物养生紫薯莲蓉月饼”“四物养生五仁蔓越月饼”“人参巧克力木糖醇养生月饼”……中秋节期间,主打养生牌的月饼纷纷登场。据报道,记者在一家电商平台看到一款五谷杂粮养生月饼,询问卖家:哪种口味的月饼是养生的?卖家发来一张模糊的营养成分表,记者回复称看不出来什么,卖家说“我也不太懂”。

连卖家都不懂养生月饼的“营养成分”,可见所谓“养生”只是商家营销噱头。更有商家偷换概念,鼓吹养生月饼具有保健效果。早在2015年,国家食药监总局就发布消费提醒称,保健月饼涉嫌虚假宣传,总局从未批准过保健类月饼,且禁止在月饼中违法添加药品和《可用于保健食品的物品名单》中的物品。食品安全法也规定,普通食品不得宣传或暗示有治疗或预防疾病功能。尽管禁令年年发,一些商家却以炒概念为能事,养生月饼即是一例。

养生月饼,真能养生?专家已给出“判词”:如果乱加药膳,不仅于健康无益,还会对身体有害。可从现实反馈看,养生月饼还真有消费者买账,有的甚至变成了“网红月饼”,这不能不让人深思。

“小饼如嚼月,中有酥与馅”,赏月吃月饼,本是人间一乐。但由于月饼含糖高、高油,不易消化,对于不少人来说,月饼的食用功能在淡化,象征意味在升温。而养生月饼的出现,无疑瞄准了消费者的担忧,如能养生,多吃何妨?问题是,商家的“商机”,却是消费者的危机,吃出病来,谁来担责?只顾赚个盆满钵盈,却罔顾消费者健康。

月饼市场须规范,监管利剑应挥向养生保健月饼。与此同时,也该关注近年来社会上



泛起的养生乱象。随着民众生活日益优渥,求健康、爱养生已成刚需。于是,做养生生意的商家涌现了,自封养生大师的半吊子出山了,扛着养生旗号的保健机构泛滥了,与养生有关的书籍、节目喷涌了。其中不少人,是抱着投机心态“消费”养生,把养生当成了敛财之道。从所谓的“绿豆治百病”到“生吃泥鳅百益无一害”等等,各种惊人言论让人疑虑。有的“养生大师”鼓吹“顿顿吃鸡蛋,身体才康健”,有的则反驳“天天吃鸡蛋,早晚要完蛋”……观点打架,让人莫衷一是。伪养生招摇于世,真养生必然遭殃。

“一日无事以当贵,二曰早寝以当富,三曰安步以当车,四曰晚食以当肉”,大文豪苏东坡曾以《养生》为题谈及养生之道。应该看到,养生是一门学问,关于养生,古人多有论断,比如“养生贵养气,养气贵养心,养心贵寡欲”“致虚极,守静笃”。但在当前,养生成为了筐,啥都往里装。无论白酒还是食品,只要与养生扯上边,便仿佛自带光环,应者亦云集。这显

然走入了误区,也是对真养生的污名化。

消除养生乱象,需要多管齐下。比如,依法处理炮制伪养生的个人和机构,对养生机构设置一定的准入门槛,要求从事养生保健业的人员具有一定资质。更重要的是要全面提升国民健康素养。去年年底,国家卫生计生委公布的第五次全国城乡居民健康素养调查显示,2015年中国居民健康素养水平为10.25%,尽管较此前几年呈稳步上升趋势,仍无法让人乐观。国民树立科学养生观,除了国家扫盲,自身也不妨主动掌握一些养生常识。比如,有专家就表示,甄别养生谣言有一条“黄金法则”:凡是没有使用条件、不考虑个体差异、没有限量和使用范围的养生“妙方”,都要打个问号。

“养生月饼”可养生的论调,终会破产。但是,倒了“养生”月饼,新的“养生”XX还会出现。在养生问题上,监管不存盲区,科普不留盲点,人们不再盲信,“养生”XX再花样翻新,也会自会没了市场。