必须采取重罚模式打击制售假行为

□ 江德斌

今年的政府工作报告提出，决不允许假冒伪劣滋生蔓延；让问题产品无处藏身、不法制售者难逃法网；要强化知识产权保护，实行侵权惩罚性赔偿制度。制假售假成本低、利润大，买假用假也能带来一时之利，要在短期内完全禁绝假冒侵权现象确非易事。不少代表委员和法学专家认为，从立法上降低制售假入刑门槛、执法上统一各地标准、围剿线下生产源头、探讨多元治理模式以提高制售假者违法犯罪成本等几个方面，有望成为未来解决假货问题的重要途径。

“让假货成为全民的公敌”“像打假币打酒驾一样打击造假行为”“要让造假者终身负债”……代表委员们对打假提出的各种建议，着力点均在于加大打击力度、提高制假售假违法成本，充分表明社会对打假问题已形成共识。现阶段，需要采取重罚模式遏制制假售假行为，令造假者付出最沉重的法律代价。无法从制假售假方面获利，才能达到惩处该违法行为的目的。

假货不仅令消费者蒙受经济损失，部分假货质量低劣，更可能埋下安全隐患，影响消费者身心健康。假货，还侵犯到品牌所有者的权益、威胁到合法经营者的利益，是社会经济发展的负能量。若假货销售到海外，还可能会直接影响中国商品的海外形象，阻碍中国品牌的对外输出。

当前我国社会已经进入消费升级的阶段，人们对产品和服务品质的要求越来越高，不再单纯追求物美价廉，而是希望购买到物有所值的放心商品。这是社会经济发展的必然过程，证明消费者的购买力在不断提升，品质消费意识亦随之提升，是国货提质增售的最好机会。但由于假货的肆意泛滥，令消费者频频上当受骗，也影响到了国民消费升级的步伐。

大部分消费者缺乏假货识别能力，只能寄希望于官方出手，通过法律手段遏制假货，维护消费环境。可当前法律，对制假售假行为的处罚较低，违法行为认定门槛过高，令不法分子毫无忌讳，甚至故意钻法律漏洞，令法律打假难以发挥效力。因此，从假货对社会经济造成的危害性考虑，应对制假售假进行严厉打击，依靠完善的司法制度，让假货无处遁形。

由于线下假货生产源头仍未根除，许多制假售假犯罪甚至形成领域性、区域性的假货产业带，需要采取全方位打假策略，对各个制售假环节进行严打。同时，打假也要强化地方责任，各地方政府应行动起来，对一些地方的庇护行为依法予以惩处。

“315”不该成为公关的狂欢节

□ 黄羊滩

昨天（3月15日）是国际消费者权益日。这些天，各级工商行政部门及消协组织陆续公布侵犯消费者权益案例，不少饱受维权之困的民众也选择在这个时候披露案情，试图寻求外界帮助。尽管多年来媒体一直在呼吁“天天都是315”，然而每到这个节点，“打假”“维权”“公平”等字眼还是备受关注。

这事不难理解，消费环境的改善、消费权利的落实，仅凭一个“315”，还远远不能满足民众的要求。消费维权，道阻且长。

这其中，侵权企业惟利是图，无视消费者合法权益是一个方面，而一些地方相关监管部门监管责任落实不到位，则是另外一层困难。如果监管部门动辄和稀泥或者无原则善后，被牺牲的只能是消费者的权益。

除了这两方面因素之外，还需要警惕是公关的勾兑。

公关旨在构建一种和谐的外部环境，以塑造形象、平衡利益、协调关系、优化环境，进而影响公众，自有其存在的价值。好的公关还可以成为企业与社会的桥梁。然而，凡事过犹不及，当公关成为平息事件、乃至勾兑媒体、政府部门的工具时，事情显然就起了变化。

细心的人会发现，每到一年的“315”，各路公关就开始躁动不安。企业自己的公关部门自不待言，社会上的公关公司、危机公关专家等也纷纷出动，猜测315维权领域及热点，试图在接下来的“315”经济中一展身手。一些平时就投诉缠身的企业更是如临大敌，不惜花大价钱制定公关策略，确保平稳度过这个“315”。

种种躁动、盲动和各种支招，或许能够给企业注射一针强心剂，使之在面对维权浪潮的时候多一些淡定，但更多时候，不过是给所谓的公关专家提供了一单生意而已。因此给社会信用体系建设带来的灼伤，更不必多言。

其实，与其惶恐不安地找公关专家，去搞一些亡羊补牢堵塞漏洞的事，为什么不从一开始就把危机消灭掉呢？

很多消费领域的维权问题起始点并不复杂。若是单一、孤立的问题，只要把这些问题解决好就可以了；若是常态化、集中爆发的问题，则说明企业本身的管理运行有问题，再好的公关也没用。而所有这些问题，其实都关系到企业如何对待消费者的问题。惟有从根本上改变流程、提升产品和服务质量，坦诚地面对消费者，才能够从根本上消弭争端，化解危机。把工作做在平时，而不是临机抱佛脚，多一些真诚与和气，沟通顺畅，相信会避免很多不必要的麻烦。

“315”不该成为公关的狂欢节，消费维权是消费者的法定权利，不会因为任何公关而被减损。企业也好，商家也罢，正确的选择应该是优化程序、提高质量、及时解决问题，任何扯皮、推诿乃至公关等等，都是在舍本逐末，都只能加剧公众的不信任，并在滚雪球般的发酵中让企业形象崩塌。

共享厨房需包容更需科学监管

□ 廖海金

据媒体报道，广西南宁的一家生鲜超市里，除了常规售卖蔬菜、水果等商品，3层又多了一项功能——共享厨房。共享厨房应如何监管？食药监部门称，如果只是借用超市场地及工具自己做饭，无须额外申请许可。卫生部门称没有食品相关监管职能。工商部门表示，将会反映给相关工作人员，再看是否属于自己监管的范围。

当前，共享经济已成为社会服务行业内的一股重要力量，各种共享经济公司不断涌现，新模式层出不穷，不断为用户提供更优质的服务和体验。而在超市开起共享厨房，即是这样一种崭新的经营方式。这种经营方式受到市民欢迎也是情理之中的事情。一方面，共享厨房很新颖，自己买了菜，自己做着吃，很有情调；另一方面，一些出门逛街的人员和外出旅游的人员，没有“自己做饭的地方”，而又想“吃自己做的饭”，共享厨房提供了场所。不经意间，这一新的商业经营模式就这样悄然来到了百姓身边。

不过，凡事都有两面性，共享厨房也不例外。正如业内人士所言，共享厨房和其他共享经济业态一样，玩的都是情怀。对于共享厨房而言，低价、物美还是消费者埋单的重要考量之一。集体聚餐预约就是盈利的方式之一，如果这个模式不注意细节，很可能就存在食品安全风险，聚餐引发的食物中毒和疾病的风险较高。这也是公众所担心的问题之一。

具体来说就是，大家所担心的共享厨房是不是安全的、卫生的。面对消费者的这种追问和质疑，似乎监管部门也很无奈。因为，他们不知道该如何管理，也不知道是不是属于自己管理的范围。

进一步而言，食药监督部门认为，共享厨房里的蔬菜出了问题属于自己管理范围，但是共享厨房里的锅碗瓢勺显然不属于食药监督范围；卫生部门认为自己没有食品相关的监督职能，不属于自己监管；工商部门的回应是需要好好研究一下，看看共享厨房的性质是什么，如果说属于超范围经营，就可以监督管理。

共享厨房乃是新生事物，出现这样的“无人监督”也是情理之中的事情。毕竟，各个监管部门都有自己的监管范围和监管责任，不属于自己范围的事情不好过问。但是，仔细分析，其实都有监管的责任。

倘若共享厨房真的受到市场欢迎，这就说明市场有这方面的需要，监管部门应该主动作为。因此，在看到共享厨房发展前景的同时，也须有必要对其监管。对于监管部门而言，面对蓬勃发展的互联网经济，相应的监管方式也须跟进。相关监管部门，可以按照食品安全风险级别，规定这种共享厨房可以做什么，不可以做什么。比如凉菜、冷加工蛋糕这些，手艺再好，都不准这个厨房销售。前端有备案，中端长抽查，后端严监管，共享厨房这种形式就可以在食品安全风险可控范围内良性发展。唯有厘清了监管的责任和边界，才能让共享厨房飘出民生和商业的美味。