

十年限塑 更需要反思消费行为



从2008年6月1日实施“限塑令”以来,大型商超的使用量明显下降,替代品增加,但随着电商、快递、外卖等新业态发展,塑料餐盒、塑料包装等消耗量快速上升,造成新的资源环境压力。“限塑令”推行已十年了,其效果看看各地的垃圾填埋场就可知道。

以当下比较推崇的环保塑料袋为例,其环保效果其实与一开始的预期相比是大打折扣的。因为“环保塑料袋需要严格的条件才能降解,比如温度、含水率、特定反应器等,在自然环境下很难降解。”致力于这方面研究的环保专家注意到,这些“环保塑料袋”的去向,依旧是和各类垃圾混杂在一起,最终送进填埋场或是焚烧场,依旧没法达到降解环保的目的。和普通塑料袋唯一的区别,只在于消费者“为了满足自己的环

保需求,多花了一些钱而已”。

还有一些人提出,环保塑料袋不行,不能用帆布袋、纸袋来替代?但无论是帆布袋、纸袋所要消耗的资源带来的污染同样不会少。有关专家说,如果做纸袋,需要经历种树、砍树、做成纸浆、造纸的过程,而帆布购物袋所涉及的棉花种植更是耗水耗能的产业,不仅要考虑农药、化肥的使用量,还要考虑土地资源的占用、运输、印染、流通、废弃后填埋焚烧的成本。如果我们要以之替代,即便是十分之一的使用量,对环境的压力同样是很大的,甚至不会逊于非环保的塑料袋。

从消费立场出发发明的一次性塑料制品体现出的便利性至今无可超越。消费者可以用极低廉的代价,随心所欲地购买然后随手丢弃。但是,这种便利是以另一种不

便利为基础的——那就是牺牲环境。当白色塑料焚烧或掩埋后污染我们的水源,污染我们的空气,甚至我们食用的海鱼体内都含有塑料微粒时,我们会明白,我们收获的不便是远远大于使用一次性塑料产品的便利的。我比较认同一位环保专家的看法:解决问题的根本方法不是去寻找一个塑料袋的替代品,真正要做的是审视我们的消费行为。我们为什么就一刻都不能离开这些一次性产品:塑料袋、塑料吸管、塑料瓶、塑料饭盒?即便塑料袋因其体积相对较小给人便利甚大而令人须臾不可离身,我们为什么就不能舍弃那些相对体积较大、或使用快感并不那么显著的一次性打包盒、塑料吸管等等?当我们购买外卖时,为什么就不能将食物倒入我们自己的器皿之中?

(项向荣)

一家之言

近日,媒体报道了两起“网红秒变网黑”的典型案。其一,江苏镇江森林公安抓获一名网络男主播,该主播当时正在虎牙上直播捕鸟,他先后捕获各类小鸟40余只,均属省重点或国家三有保护动物。其二,四川宜宾两辆车在流米寺古迹石梯强行驾驶的视频在网络热传,两名嫌疑人很快被传唤归案。目前,两起案件都在进一步调查中。

“网红秒变网黑”,看起来只是两则新闻报道的同日“偶遇”,其实也折射了当下依法治网的日趋严密。近两年来,从内涵段子永久关停到快手、抖音持续整顿,从开展“净网”“剑网”“护苗”等治理行动到清除低俗网络直

“网红秒变网黑”传递有力法治警示

播节目、“邪典视频”等有害内容,一系列举措的推出实施,进一步夯实了网络治理,促使网络空间更加清朗有序。

“网红秒变网黑”传递有力法治警示。治网之道,法治为本。越是人人麦克风、人人自媒体的时代,也越是不能让网络空间成为法外之地,法律的底线与红线,谁都不可任意践踏和逾越。回头而论,直播捕鸟与车毁古迹的网络炫耀和炒作,虽在今日遭遇了“露头就打”,可也毋庸讳言,曾几何时很多人却不见得有此担忧。所以,唯有让更多的不知自律、恣意胡来者“秒变网黑”,也才能透出强烈震慑信号,使那些看起来“无知无畏”的网络炒

手,时时谨记着乱来和恶搞绝无侥幸逃脱的事。

“网络空间是亿万民众共同的精神家园”。党的十八大以来,党中央不断加强网络内容建设,培育积极健康、向上向善的网络文化,为广大网民特别是青少年营造一个风清气正的网络空间。“网络是把双刃剑,一定要严厉打击和整治种种乱象”“支持整改,严管那些给社会带来负能量的网红和主播”。网民们点赞支持的声潮,映射着广大人民群众对建设网上美好精神家园的期盼。可以想见,“秒变网黑”成常态,守法求红才会入人心。

(司马童)

“病人频遭转院”触及医疗痛点

4月10日至今,76岁的王阿姨因为髌骨骨折,在大型三甲医院、社区医院兜兜转转的住进了四家医院。几乎每一家入住的大型医院,在住院12-15天后,都会以各种名目奉劝她转院、出院。明明疾病还没有好利索,却被医院以医保结算等诸多因素劝退、转院。类似与医保相关的新闻层出不穷,也令众多患者苦不堪言。

病还没有治好,人却要转院,且转了一家不算,十几天后还要转下一家,病人和家属被反复折腾不说,到了另一家医院,许多检查还要从头再来,无论患者还是医保基金都得掏更多的钱。如此不近人情且造成巨大浪费的事,为什么还会不断发生呢?

站在医院的角度来看,他们对此有说不出的苦衷。床位周转率、平均住院天数等,是衡量医院效率和计算绩效的指标,住院天数过长的病人多了,会影响到这些指标。且一位病人住院太久,住院日均费用还会升高,而住院日均费用不仅是考核指标,还是医保部门的控费指标,突破住院日均费用的病人多了,年度医保基金总额可能早就用完了,到年底就无法收治医保患者了。

问题的根源似乎出在医保政策上,但医保部门表示,这个锅不该由他们来背。医保基金有限,每一分钱都得花在刀刃上,对医院设置年度总额,通过计算人均费用来评

估基金使用效率,是再正常不过的控费方式,假如认为这类基本的控费都不合理,医保基金就容易出现巨大的浪费。且医保部门只在总额和平均费用上进行控制,没有对单一病人进行限额,一位病人住院多久和花多少钱,他们不加干涉,他们似乎也不应该为此负责。“病人频遭转院”现象触及旧医疗体制的痛点,与其为这类异常现象寻找责任主体,不如扎扎实实推进医保支付方式、分级诊疗等制度改革,使这些医改举措能够尽快落地。没有谁能够靠一己之力来化解这类积弊,只有通过医改突破旧医疗体制的一些束缚,方能消除这类不合理现象。

(罗志华)

“诈捐风波”呼唤更高效的慈善监督

5月4日,河南太康县3岁女童王凤雅因视网膜母细胞瘤不幸去世,有自媒体发文质疑其家长挪用网友筹款,带小凤雅的哥哥前往北京治疗唇腭裂,引发舆论风波。尽管后来多方证实带哥哥进行手术的资金和医疗条件来自嫣然基金,且此前所筹到的大部分善款都用于女童的治疗,但一些网友对此事善款用途的公开程度、家属是否尽全力救治等事项仍存质疑。

近年来,人人公益、随手公益正在成为一种社会文明风尚。从慈善法的实施,到慈善信息公开平台“慈善中国”的正式上线,再

到一批网站被列入民政部指定的互联网募捐信息平台,互联网慈善日渐走向公开公正、专业规范的轨道。此番信任风波的上演,提示当下蓬勃发展的国内互联网慈善,依旧面临不少问题。

此番事件一波三折、几经反转并不断发酵,除了自媒体不切实际地推波助澜外,也与此前发生过的一些诈捐骗捐事件透支公众信任不无关联。同时,公众对互联网慈善的认识尚有不足,比如对一些基本的法律定义认识模糊。按照慈善法规定,个人不能在网络上进行公开募捐,此事件中受助者通过“水滴筹”等互

联网慈善平台筹款的性质属于个人求助,而不少媒体的报道中却用了“募捐”的说法。现实中,网络慈善平台不仅应为求助者提供便利的求助渠道,也要给予其专业的建议,包括提醒、告知其网上求助和善款使用过程中的注意事项、全力帮助受助者规避可能出现的风险和隐患等等。做好这些,不仅是网络求助平台对求助者应尽的义务,同时也能更好地见证平台的专业性、权威性。只有为求助者提供足够细致和周到的服务,才能充分赢得公众的信赖,得到长足发展。

(华闻)

“悲情营销”六成虚假亟待整治

这两年,农产品的销路成了一个严重问题,每年都有各种农作物滞销的新闻出现,满天飞的滞销农产品信息配上农民一脸愁苦的画面,成功地唤起了大家的恻隐之心。近日,有媒体调查发现,类似的悲情营销农产品只有四成是真的。

很显然,这是农产品销售商策划的一种

“悲情营销”手段,通过唤起消费者的同情心来推销农产品。在各种市场营销手段中,“悲情营销”有它的一席之地。在人们的传统印象中,农民是靠天吃饭的,一旦遇上恶劣的自然灾害,颗粒无收也不是没有可能。在这个时候,消费者能帮一把是一把,个人的力量虽然微薄,但通过此举分担了一些农民的忧愁,即

使这个产品不是自己最需要的,但也算是做了一件良心事。但是,“悲情营销”必须建立在信息真实的基础上才能有效,一旦消费者得知这是假的,就会有上当受骗的感觉,从而降低自己的消费欲望,更严重的是降低自己的同情心,以后再见到类似的农产品滞销,就不会再伸出援手。

(周俊生)

观察 南北

防止老年人受骗 应发挥社会组织作用

近期,又一则老人被骗新闻见诸媒体。据媒体记者调查,浙江宁波阳光博爱康复医院推出了一项所谓的“换血疗法”。简单地说,就是把病人的血提到血袋里,再向血袋里注入臭氧,摇一摇,晃一晃,再输回人体。医院的推广视频说,经过多次“换血”,能使血液清洁,“三高”及其他老年慢性病都能治愈。医院还把接受治疗者称为“家人”,交了几万元、几十万元治疗费,你就有了这个项目的“股份”,医院每月都会分红。“洗脑”与“利诱”双管齐下,吸引了很多老年人。

在以敛财为目的的诈骗活动中,老年人受骗的比例很高。老人经常被骗,真的不能责怪他们。医学认为,老人容易上当受骗,与大脑理性中枢退化有关。人到老年,负责大脑总指挥的前额叶会退化,导致逻辑判断推理能力减弱。前额叶发育最迟,老化又比较早,这就是老人和孩子都容易上当的生理原因。

骗子们正是抓住了老人的这个弱点,漏洞百出的骗术也会屡屡得逞。据此,我们应该采取更有针对性的解决办法,一是动员更多力量,严厉打击欺诈骗行为;二是发挥社会组织作用,帮助老人识别诈骗诡计。第一条办法,道理都明白,关键是行动。第二条出路,民间有两种做法,值得推广。

笔者所在小区有一位社区民警,发现社区里有几位老人,因轻信“获奖信息”被骗几万元、几十万元后,通知社区门口的一家银行营业部,凡遇老人金额较高的汇款业务时,营业员要询问对方是否认识,汇钱是什么用途。果然,没几天,有一位七十多岁的居民来汇款,金额二十几万元。营业员询问后,回答又是获奖要交的经费,于是反复向他说明这是骗局,最终阻止了这笔业务。

浙江象山的做法,更有规模效应。针对老年消费者经常轻信保健品虚假宣传、参与“非法会销”活动而遭受损失,该县石浦镇计生协联合市场监管所、司法所等单位,成立了“反洗脑 防欺诈”老年志愿队。这些老年志愿者通过现身说法、现场取证等方式,对辖区内以老年消费群体为重点对象进行“洗脑式”虚假宣传的讲座与销售网点,先进行排摸,后劝阻解救。

老年人被骗,不仅关系他们的健康与生命,给所在家庭及亲属带来无穷烦恼,也极大损害了社会公信力。我们一定要把它作为一个重大的社会问题来对待,看作一件民生大事管起来,及时发现,迅速查处,坚决打击。

(张登贵)