

# 祭起法律利剑 遏止“舌尖上的谣言”

■ 廖海金 财经评论员

猪肉里有钩虫,油炸不熟?香蕉浸泡不明液体,吃了有毒?从“速生鸡”到“空心草莓”,从“有毒香蕉”到“问题葡萄”,耸人听闻的农产品质量安全谣言一次又一次冲击着大众的神经,也由此引起农产品销量骤减、价格下跌,对相关产业造成严重影响。为保障消费者的知情权,近日,农业部曝光了农产品质量安全十大谣言。(7月18日《经济日报》)

对这些农产品质量安全谣言,如今,农业部专家都一一给予了辟谣、澄清。然而,公众不难发现,这些食品安全谣言,几乎都是些“陈年老谣”,每隔一段时间,这些谣言又会在朋友圈、网络甚至媒体上亮相,既给食品行业带来伤害,也让民众不知所措。专家的辟谣尽管再现了“阳光”,但终究是在风雨后,受到的损失很难弥补。

近年来,食品安全谣言可谓触目皆是,

且呈现出泛滥成灾的态势。前不久媒体公布的“网络谣言中‘舌尖上的谣言’占45%”即可窥一斑。然而,正是这些引发热烈关注的热点“新闻”,最终却被证明不过是网络谣言。这些谣言涉及的领域从日常生活到高科技无所不包,在让人唏嘘不已的同时,也发人深省,确实值得有关各方深刻反思。

毫无疑问,如此多的食品谣言在网络上流传,在互联网已经高度普及的今天,无论对于食品安全本身、食品产业还是普通民众,都已经构成了极大的伤害,是满满的负能量。诚如专家所言,食品谣言不仅会引发产业危机,造成经济损失,更严重的会引发社会公众恐慌情绪,甚至导致系列社会事件,危害社会公共安全。

诚然,舌尖上的谣言之所以层出不穷,原因固然是多方面的。但笔者以为,打击乏力及造谣成本最低是其主因。

谣言治理的最终目的是要达到“三不”:即不造谣、不传谣、不信谣。而造谣是

传播与信谣的基础,没有造谣谈何传播,更何以信谣。因而,打击造谣者才是治理的关键。但就现有的法律法规中,对不少“舌尖上的造谣者”很难用刑法予以处罚。就《食品安全法》来看,对“编造、散布虚假信息,构成违反治安管理行为的,由公安机关依法给予治安管理处罚”。前不久,国家食品药品监督总局发布《食品安全欺诈行为查处办法(征求意见稿)》,规定单位和个人编造、散布、传播虚假信息,构成违反治安管理行为的,应当移交公安机关依法处理。上述这些规定只是明确了治安惩治“舌尖上的谣言”的基本方向。显然,这与一些食品谣言给社会造成的危害明显不对等。

现今,大多食品安全谣言损害的是不特定的对象的声誉和利益,如之前的“苹果打蜡有毒”,其给众多的果农带来的危害非常严重,可这种行为无法用《刑法》规定的损害商业信誉、商品信誉罪追究,也不符合编造、传播虚假信息罪的构成要件,此类造

谣者面临的最重处罚只是治安处罚,因而难以震慑造谣者。

从这个角度来说,唯有对造谣者予以严惩,让其付出应有的代价,才是遏制“舌尖上的谣言”的“七寸”。因此,打击“舌尖上的谣言”要靠法治发力。当务之急,要高悬“微信十条”“网络信息安全法”等法律法规利剑,对胆敢以身试法者绝不姑息。同时,尽快补齐法律短板,研究并实施出台关于打击食品谣言犯罪的司法解释,从刑事层面对食品谣言犯罪保持一个高压的态势,正所谓“食品造谣直接进入刑”。

不过,令人欣慰的是,目前国家有关部门已经越来越重视打击食品谣言。2017年国务院食品安全重点工作中,其中一项就是推动《食品安全法》和《刑法》的司法衔接。随着这一措施的推进,对食品谣言的惩治或许会纳入到这项工作之中。可以预见的是,对食品谣言法治发力之时,即是“舌尖上的谣言”消弭之日。

## 国企对咨询师很大方?

■ 蒋耘军 资深管理顾问

有时听到个别管理咨询师说,“辅导国企央企很轻松的,只要热闹一下就行了”之类,不禁大吃一惊。因为我本人一直在给国企央企提供咨询辅导或培训,根本就没有“轻松”的感觉。昨晚,在一个微信群里又听到这种话,我忍不住好奇地追问说这话的咨询师,追问他辅导过哪家国企央企?他却说自己从未辅导过国企央企……原来是想当然的以讹传讹。

国务院国资委对国企央企的管理已从“管资产”转向“管资本”;李克强总理曾在国务院常务会议上指示:“(国企央企)利润多少、资产回报率多少、总资产报酬率多少,都要列得清清楚楚,说得明白明白”,“国有企业首要的职责,就是实现国有资产保值增值。这是衡量国企工作优劣的关键!”在这样的要求下,国企央企怎么可能让所请来的管理咨询师“轻松”呢?

笔者在辅导央企某石油石化企业的精益设备管理咨询项目时,与笔者对接工作的是主管设备管理工作的副总经理。他是机械工程师出身,且已从事石油石化设备维修和管理的工作快三十年了,不但维修技术了得,常解决同事修不好的疑难杂症,且对精益设备管理、TPM全面生产维护、PAS55/ISO55000等理论或深或浅已有所涉猎,根本就不是“一张白纸”。看到这里,大家想必马上会明白,“轻松”辅导一下肯定不可能过关。

事实也如此。在整个辅导过程中,该副总对咨询方案的“挑剔”程度、对咨询有效性的执着(例如精益设备管理体系框架设计的系统性与科学性;设备资产风险、成本与绩效的平衡;设备全生命周期投入产出比;OEE/设备综合效率;非计划停机时间;维修效率与有效性;备件费用;等等),令我感到真是“极不轻松”。实际上,国企央企人员普遍都有较好的专业教育背景、人员稳定可长期沉淀行业经验、平时参加培训研讨会的机会也相对较多,加上现在网络/Q群/微信群/微信公众号传播相关知识又快又丰富,所以他们对咨询师的要求,与民企/合资企业/外企一样并不低。

事实上,国企央企根本就不是个别咨询师想象的那么“大方”。国企央企人员一样要遵守岗位职责要求,一样具备职业操守,一样要打咨询项目投入产出比的算盘,所立项目的咨询项目一样要公开接受高中基层同事的监督。曾多次看到因为咨询效果不佳,国企央企就毫不客气地按合同进行投诉、要求更换咨询师、要求免费增加咨询补救措施、中断咨询项目、取消后续合作计划等。接触国企央企这么多年,至少笔者本人没看到,哪个咨询师以“热闹一下”的心态去辅导一通,国企央企居然会心甘情愿地支付咨询费。

国企央企与民企/外企/合资企业相比,在企业文化上确实有明显的区别。但企业的基本性质都一样,例如要响应市场客户需求、要创造价值和利润、要消除某些经营风险等等。所以只要是企业,国企央企也不例外,如果请咨询师来辅导,都是想解决某个方面的问题。一旦解决问题的效果没按预期达到合同要求时,“辅导国企央企很轻松,只要热闹一下就行了”,只不过是“一厢情愿”的臆想。

其实,不管是面对什么类型的客户企业,咨询师根本就不应该持有“热闹一下就行了”的心态去辅导。有之,应予摒弃。相对于那些真捐赠、真炒作的功利主义者,那些假捐款、真炒作的“诈捐者”,则更是等而下之,令人不齿。他们其实是在“空手套白狼”,通过欺骗来套取名声,进而套取利益。

严格来说,在爱心拍卖会这样的特殊场合,将支票模型交到受捐助者手里,上边明明白白写着捐款数额,应该属于一种公开承诺。尽管按照现行法规,捐赠适用无偿和自愿原则,但拒不履行公开承诺,是否涉嫌欺诈?此类行为和现象越来越多,严重损害了慈善事业的正常开展,伤害了社会诚信,法律界应该对此进行研讨,明确“诈捐”的认定标准和应付的法律后果,不给投机者留下任何可钻的漏洞。另外,媒体在报道类似事件时,也要直接点出涉事企业的名字,一是通过舆论的力量倒逼其兑现承诺,二是也让其他企业和个人对该企业的诚信状况有更清楚的了解,在与其打交道时多长个心眼。

## 供给侧结构改革是经济新常态的呼唤

■ 张全林 干部

大型政论专题片《将改革进行到底》第二集聚焦经济体制改革,紧紧围绕习近平总书记治国理政新理念新思想新战略,讲述了以习近平同志为核心的党中央作出经济发展新常态这一重大判断的过程,全景式地展现了在引领经济发展新常态的进程中,深入推进供给侧结构性改革等一系列重大改革内容。(7月19日《人民日报》)

新常态是实践过程的再认识。在国际金融危机影响下,从2011年起,带动中国经济30年增长的、投资和出口的增速同时下降,经济增速持续下行。一方面,中国企业大量产品卖不掉,钢铁、煤炭、水泥等多个行业产能严重过剩。另一方面,国人的海外消费却直线上蹿,每年有上万亿元人民币花在国外。供给过剩与供给不足并存决定了经济结构调整的取向。习近平总书记在2013年的中央经济工作会议上,用“新常态”这个提法,为中国经济发展划出了阶段分界:一是从高速增长转为中高速增长;二是经济结构不断优化升级;三是从要素驱动、投资驱动转向创新驱动。速度、结构、动力勾勒出“经济发展新常态”的基本内涵。用“新常态”来定义当下中国经济所处的阶段,透射出的深邃的历史眼光和战略定力,扫清了人们思想中的迷雾,在“怎么看”问题上水落石出。

“怎么看”引领“怎么干”。经济发展新常态的重大判断决定工作思路的调整。2015年11月,在中央财经领导小组第十一次会议上,习近平总书记指出,在适度扩大总需求的同时,着力加强供给侧结构性改革,着力提高供给体系质量和效率,增强经济持续增长动力,推动我国社会生产力水平实现整体跃升。“供给侧结构性改革”是对“经济发展新常态”研判之后的谋定而动,解决了应该“干什么”“怎么干”的问题。“三去一降一补”五大任务,为供给侧结构性改革明确了抓手。尤其补短板,提升基础设施、加强公共服务、培育发展新产业,给经济社会发展注入了强大活力。2016年,化解煤炭产能超过2.9亿吨,压减粗钢产能超过6500万吨。在这种阵痛中,中国正从最初的“三去一补”向“优进优出”转变,产业体系向整个全球价值链深度融合全流程跃升,越来越多的中国企业开启全球布局,我国已从资本净流入国,成为资本净流出国。

经济改革的实质就是在政府和市场之间做取舍。从党的十四大以来,对政府和市场的关系,改革者一直在实践中拓展认识、深化定位。把市场在资源配置中的“基础性作用”修改为“决定性作用”,实践已经作出了厚实的铺垫。把市场配置资源的决定性作用亮出来,是中国共产党人对中国特色社会主义建设规律认识的一个新突破。党的十八大以来,取消或下放行政审批事项618项;取消中央指定地方实施行政审批事项283项。中央政府层面核准的企业投资项目同比减少接近90%。工商登记前置审批事项中的87%,改为后置审批或取消。“简政放权、放管结合、优化服务”释放了巨大的经济活力,现在,每一天就有15000多家企业破土而出。这是改革引领经济发展新常态的最好注脚。

## 家政服务提质扩容正当其时

■ 张国栋 职员

据报道,国家发展和改革委员会13日透露,发改委、人力资源社会保障部等17个部委日前已经联合发布了家政服务提质扩容行动方案,未来将建立家政服务企业、从业人员的信用记录,并鼓励制定家政服务业的地方标准、团体标准和行业标准。(7月14日《经济参考报》)

由国家17个部委联合发布家政服务提质扩容行动方案,应该说是大姑娘坐轿头一回,不仅体现了国家对家政服务这一事关民生大计的社会事业的关心和重视,也彰显了顺应时代发展要求,着力推进家政服务专业化、规模化、网络化、规范化发展的决心和行动。不难发现,目前的家政服务业虽然比以往进步不少,“钱”景看好,但旺盛的家政需求所面临

的却是一个服务质量不尽如人意,劳务与需求不能很好对接,市场主体发育不充分、专业化程度较低、管理没有规范标准的市场。由此而来,需求难以满足,令人烦恼不已事小,标准缺失,鱼龙混杂,发生不测,给家人带来意外伤害就事大了。不断出现的“问题保姆”以及不久前发生的“纵火案”就是典型的例证。

这些情况表明,现有的家政服务,无论质量还是数量,已经不能适应消费需求,亟待提质扩容了。这回,17个部委联合发布相关行动方案,可谓正当其时,很有必要。从行动方案看,未来将研究制定家政电商等新兴业态的服务标准和规范。要求家政服务企业与消费者签订家政服务劳务合同,明确服务清单和服务要求,推广使用家政服务合同示范文本,规范家政服务三方权利

义务关系。同时,计划2017年家政服务业营业收入增长率保持在20%以上,达到4000亿元以上,从业人员数量达到2800万人左右。凡此这些,都是以问题为导向,以提质扩容为中心,注重规范市场行为,维护消费者合法权益,让家政服务业走得更

更远。可以相信,随着这一行动方案的发布,在不远的将来,家政服务提质扩容必将成为现实。这不仅是家政服务对象、家政服务消费者的幸事,也是整个家政服务业包括服务企业及其从业人员的幸事。笔者想要补充的是,在制定相关标准时,不应由有关部委自个儿说了算,而应倾听民意,正视听,集思广益。同时,不能只盯着家政服务,一些应该配套完善却仍有不足的公共服务,也需要来个“提质扩容”。

戏画闲言

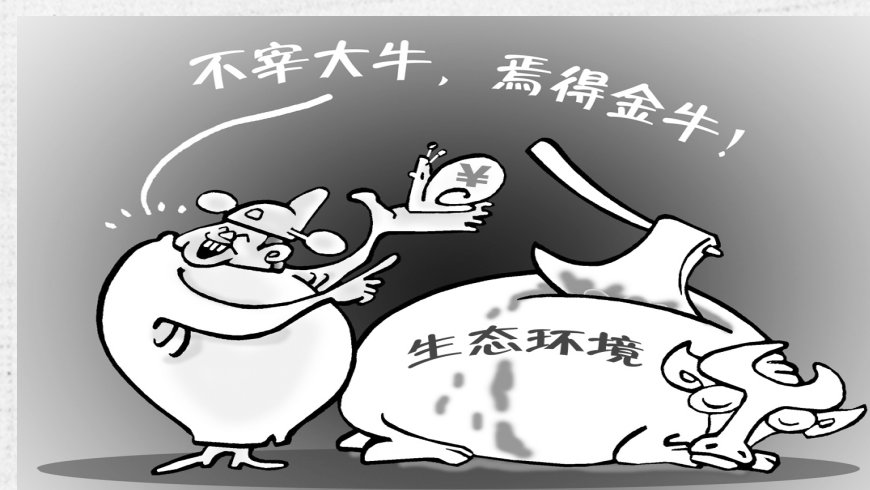
## 采石收税:得不偿失毁生态

■ 吴之如·文并画

《经济参考报》报道,漓江周边疯狂采石、挖石灰岩矿,扰乱了漓江的“诗情画意”,破坏了整个生态系统安全。“山水名片”遭破坏,桂林官员称得不偿失。“七星区采石场几年的税收约100万元,生态修复却花了近1000万元,而且破坏了生态环境,真是得不偿失!”桂林七星区副区长易理东向记者感叹。

“桂林山水甲天下”,世人皆知。山河壮美,生机盎然,当然更激起无数游人热爱祖国热爱家乡的深情。但是,很可惜,过去的一段时间里当地的某些人甚至基层政府的当家人,眼里心里最美的却不是固土山水,不是生态环境,而是“GDP”的上涨,是钱袋子的膨胀。于是,商家只要能赚到钱,官家只要能收到税,怎么干都行,哪怕糟蹋了山水,破坏了生态,污染了环境,都没关系,顾不上啦。有道是:

得不偿失毁生态,只顾赚钱酿祸灾;浑



然急功图近利,哪管往后隐患!

幸好,如今许多政府官员都认识到,为了能收一点税而容许一些人胡乱采石,以致破坏了漓江的好山好水,花多少钱都难以恢复生态环境,实在是得不偿失。今后

在现代化建设中,一定要把保护好生态环境当作头等大事了。

头脑清醒了,思路理顺了,我们的建设事业才不会走太多的弯路,不会遭受太多的挫折。这,才是国家之幸、人民之幸。

## 支票成“演出道具” 捐赠岂能作秀

■ 乔志峰 职员

支票成“演出道具”,20万捐款变2000。河北邯郸市涉县后池村居民因为义务上山修路,依靠双手改变贫穷,落后面貌被誉为太行“新愚公”。近日在当地新建成的希望小学的爱心拍卖会上,一家单位将写有20万元的现金支票模型送到校领导手中。可校长还没来得及平复激动的心情,就被事后拿到手的薄薄2000元浇了个透心凉。当他询问活动主办单位能否捐助学校20万元时,得到的答复居然是“不可能”。负责活动的演出公司则表示,20万现金支票属于一个演出道具,不应该视为爱心捐款。(7月14日《南国都市报》)

20万元的支票,让所谓的捐款单位出尽了风头。可是,最终兑现的却只有2000元,这落差未免也忒大了点儿。相对于捐款数额的忽悠,相关负责人对此的解释更令人大跌眼镜。原来,支票只是一个道具;原来,

爱心拍卖在他们看来只是一场哗众取宠的演出。这表演水平,这面不改色心不跳的心理素质,奥斯卡欠他们一座小金人,爱心拍卖会到场的其他嘉宾欠他们一张电影票。

手持巨大支票模型、笑容可掬地将其交到受捐者手中,类似的场景我们在报纸上、电视上、网络上,隔三差五都会看到。看起来风光无限,听起来感人至深,可是,这里边有多少也是“大忽悠”,有多少是表演作秀性质的?这例并非危言耸听,近年曝出的“诈捐”事件还少吗?

涉嫌“诈捐”的主角儿,有企业,有明星,也有大名鼎鼎的名人。每当有慈善活动,特别是有了天灾,他们都会高调跳出来,发表一些慷慨激昂的言论,要多煽情有煽情,要多催人泪下有多催人泪下,然后还会承诺捐款多少多少,引来无数掌声和赞叹。只不过,表演过后他们或者兑现很少一部分,或者干脆再也不提捐赠的事情。如果被受捐单位催促、被媒体和舆论质疑,他

们大不了玩鸵鸟战术,不解释、不回应,直至不了了之。

大多数人做好事,都是发自内心地想要帮助别人,都会积极兑现承诺,并不需要回报。但毋庸讳言的是,有一部分人做慈善,多多少少有着现实利益的精明考量。几十万元看似不是小数目,可如果拿来作广告,可能连个响儿都听不到。而如果通过精心策划拿来做好事,然后吸引媒体来进行报道,其所起的作用无疑不可同日而语。更何况,这类报道能给当事人及其生意带来的美誉度更是无法用金钱来衡量。对那些反反复复求表扬、有明显炒作倾向者,媒体也应有所察觉,进行更理性、更客观的处理,别让做慈善成了某些人策划的“成本最低的广告”。

上海闵行区苗小学校校长阮小娟曾表示,社会捐赠活动过度追求仪式,让她深感“压力山大”,直呼“吃不消”。所谓过度追求仪式,实际上追求的无非是名利甚至是政绩。“只为炒作不为爱”并非慈善事业的应