

# 多少次好评也抵不住一次勾连“黑中介”带来的伤害

本报评论员 吴迪

力寻租的现象。近来,多地纪检监察机关和职能部门联动整治,着力斩断公职人员与“黑中介”勾连的利益链条。

公职人员与中介等机构勾肩搭背的现象之前就有,早些年有“红顶中介”出没,即由政府部门转型而来具有一定审批权的组织,或与政府主管部门有千丝万缕联系的协会以及有公职人员“兼职”的组织,通过形形色色的手续、关卡、资质、认证等,蚕食行政审批权及相关利益。随着政府部门与相关组织脱钩、违规中介“摘帽”等措施的落实,还有对行政审批中介服务事项的清理规范,“红顶中介”的生存土壤越来越少,但在一些地方也出现变种、换“马甲”现象,其本质上仍是权力寻租。

比如,有的公职人员用刁难、暗示、推荐等手段,将办事群众或企业推向某些中介,然后自己吃回扣;有的地方公积金管理中心工作人员接受中介委托,为他在系统后台插队或违规提取公积金;有的地方相关部门工作人员联合中介绕开房屋限购政策、车牌指标摇号规则等,为他人大开绿灯……小到处理交通违法信息、办理就近入学,大到贷款、

办公行政审批,甚至骗取政府补贴、拿下招投标等,部分中介因“背靠大树”而比常人“更有办法”。某些公职人员借手中权力,脚踏“政府”和“市场”两条船,谋取私利,减损着民众的信任,甚至伤及一方政府形象及营商环境。

“黑中介”在一些地方神出鬼没,离不开公职人员的合作。一些公职人员坐歪了立场,无视“权为民所用、利为民所谋”,甘当被围猎。同时,办事流程、规则不够公开透明,群众监督力量不足,也是其中重要原因。有些地方“花钱办事”甚至已成为公开的秘密,而在被破坏的政务服务环境中,民众的诸多正常诉求都可能被引向不正常的办理途径。

口碑的积累向来不易,或许一百次优质服务换来群众“还不错”的评价,会在一次与中介的“勾肩搭背”时瞬间崩塌。某种程度上,“黑中介”生意越是风生水起,相关地方简政放权过程和公职人员身上的问题就会越多,给民众和企业造成的伤害就会越大。公平竞争环境、有序发展规则、百姓获得感等都可能遭受连带影响。而这种负面影响会共同指向政府形象受损和公信力的降低。

简政放权,是为了给民众和企业的利益做“加法”,而个别公职人员与“黑中介”勾连给自己的利益做“加法”、给群众办事添麻烦,这无疑与“放管服”改革的初衷背道而驰,必须坚决惩治。

当前,很多地方的行政事业单位与中介服务机构的脱钩,一些事务性管理服务通过市场化方式委托给中介机构等社会力量。因此,探索既符合政府剥离中介属性职能、推进机关事务服务社会化改革的要求,又能满足办事主体灵活需求的服务模式,十分必要。近年来,广东、江西等地纷纷探索“中介超市”模式(即为中介服务提供网上交易和信用管理的平台),程序公开、过程透明,机构自选,值得借鉴。

斩断公职人员与“黑中介”的勾连,需要畅通民众投诉举报渠道,需要建立深挖、追责的震慑机制和中介机构惩戒、退出机制,让公职人员不敢以权谋私,让“黑中介”在逾越雷池前掂量掂量违法违规的代价。

再小的权力,也不允许勾连私利。呵护政府公信力,维护公平公正、公开透明的办事环境,这事不能含糊。

## 社评

中国新闻专栏

“黑中介”生意越是风生水起,相关地方简政放权过程和公职人员身上的问题就会越多,给民众和企业造成的伤害就会越大。公平竞争环境、有序发展规则、百姓获得感等都可能遭受连带影响。

到政府部门正常办事不行,找中介却啥都能办——据8月15日《中国纪检监察报》报道,在一些地方,群众到相关部门办事碰到上述奇怪现象,特别是在住建、公安、工商、人社等与群众生活、企业经营息息相关的领域,不乏个别公职人员与中介勾结、权

## 文创月饼 别成天价月饼新变种

杨玉龙

距离中秋佳节越来越近,琳琅满目的月饼已经在各大商超、电商平台全面上市。日前,记者调查发现,天猫故宫博物院文创旗舰店销售的月饼礼盒不仅包装繁琐,而且还搭售月球灯。8月12日,记者在故宫博物院文创旗舰店看到一款“故宫月饼 山河同照宫灯版中秋礼盒”正在预售,价格为499元。(8月15日《中国消费者报》)

文创月饼,的确迎合了一些人的消费需求。为中秋月饼注入更多文化元素,通过文旅跨界融合,让精美的文创产品搭上月饼的便车,走进千家万户,是时下不少地方推广文化产品的常见做法。相关数据显示,到2022年,中国月饼市场会成长为一个突破200亿元、产量达到35万吨的“大月饼”。此情形下,一些商家自然也乐于分一杯羹。

文创月饼虽然新潮、受市场青睐,但发展的路子不能走偏。此前曾有媒体报道,月饼文创成风尚,但高昂价格更吸睛。

根据今年5月市场监管总局发布的《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》(GB23350—2021)国家标准第1号修改单,以及6月发布的《关于遏制“天价”月饼、促进行业健康发展的公告》,从8月15日起,月饼的包装层数最多不超过3层,不得以礼盒等形式将月饼同其他产品混合销售。可见,对天价月饼和过度包装,监管部门已经亮明了态度。

既然文创月饼标榜是要让公众体验到文创产品背后的特色文化,那在价格上就应该亲民一些。假借文创月饼拼脑洞、比心思,打着卖月饼的旗号卖礼盒、卖其他礼品,恐怕与相关部门的要求不符,也有违治理的初衷。

其实对于文创月饼来说,消费者更关注的还是品质和内涵。一方面商家须注重食品安全——面对大众消费市场以及越来越细分的消费领域,产品质量始终应是第一位的;另一方面,月饼可以创新,但不能在“创新”中变味,不能沦为天价月饼的新变种。

虽然月饼是一种情感属性较强的商品,具有不可替代的人际纽带作用,但终究是食品,价格公道、实惠,品质过硬,才能真正走进民心。



## G图说

### 活力

据《经济日报》报道,时下,不少地方通过各种渠道和方式发放消费券,餐饮、旅游有满减券,住酒店有五折券,汽车加油还有加油券,等等。人们的衣食住行游购娱“一条龙”所需,都被消费券“关照”到了,一定程度上促进了地方经济发展。

小到一餐一饭,大到买车买家电,新冠疫情暴发后,不少地方通过发放数字消费券来刺激和拉动消费。在此过程中,消费者享受到了不少实惠,商家的人气也积累了不少。不过,消费券总有发完的时候,彼时消费券该如何保持?消费券其实是由政府买单的一种补贴,是向市场的一种“输血”,如何激活消费市场的“造血”能力更为重要,这不仅考验着商家的服务品质和能力,而且是对市场稳定、压实疫情防控责任、落实防疫举措等方面工作的检验。希望各方能够借着消费券的春风,为消费市场复苏注入更多驱动力。

赵春青/图 嘉湖/文

# 农产品动辄“滞销”?“卖惨营销”该管管了

木须虫

据8月15日《华西都市报》报道,近日有微信公众号推文称,四川攀枝花芒果“大量滞销”,农民“亏得血本无归”。当地市场监管部门随后回应称,当地没有出现芒果滞销的情况,这种行为是“卖惨营销”。记者调查发现,攀枝花、凉山地区的芒果、石榴、苹果等农产品,都曾有被“卖惨”的经历。

相对来说,农产品抵御市场风险的能力更弱,加之人们对农户的一些固有印象,渲染农产品滞销、农民要亏本,更能激发众多网友的同情心,进而调动其购买热情,“卖惨”由此成为一些农产品电商营销的主要伎俩之一。

虚假的“卖惨营销”,虽然可能在短时间内带动农产品的快速销售,但从长远看,恐怕会当地整个农产品市场以及所有农户

的利益造成损害——如此营销不仅透支了公众信任,污化了当地农产品的声誉,而且可能扰乱农产品正常的市场销售秩序。

此外,营造出来的“滞销”假象,可能会整体拉低农产品的销售价格,降低所有农户预期的利润收益。从这个角度来说,“卖惨营销”违背了公平竞争原则,属恶意投机“抢跑”,是一种不正当的竞争方式。对此,有专业人士认为,不管是无中生有还是夸大事实,根本不能算是营销,而应该算作造谣。

正因为,不少地方和有关部门都曾开展针对“卖惨营销”等虚假助农信息和行为的专项整治行动。不过,对“卖惨营销”的处理基本是以辟谣、删稿,或是封禁相关账号为主,很少有商家和人员因此受到法律惩处。不难看出,较低的违规成本很难从根本上遏制投机营销的冲动。

从长远来看,治理农产品“卖惨营销”还需加密法治栅栏,给电商营销行为划红线、

标底线。一方面,要从保护农产品网上销售的角度出发,明确电商营销行为的负面清单,比如禁止商家利用与产品无关的背景进行推销,防止其乱打“爱心牌”滥用;压实网购平台主体责任,要求其及时对不实信息进行删除屏蔽。

另一方面,要细化对虚假宣传的监督执法。“卖惨营销”大多涉及虚假宣传,广告法规定广告不得含有虚假或者引人误解的内容,不得欺骗、误导消费者,广告主应当对广告内容的真实性负责。有关部门要依据这些规定,细化对“卖惨营销”行为的认定及处罚办法。从规范市场竞争的角度看,“卖惨营销”还可能涉嫌不正当竞争,如相关行为已触法,还须对相关商家进行调查与惩处。

对消费者来说,除了需要提高谣言甄别能力,不信谣不传谣外,还应根据自身能力和需求消费助农产品,尽量选择正规平台和渠道购买,防止爱心被利用、乱滥用。

一方面,少数开发商随意变更约定的公摊面积,导致实际得房率低于预期,甚至有开发商将地下车位出售给购房者后,又将地下车位计入公摊面积向购房者分摊费用。另一方面,按照规定,业主对于公摊面积部分享有权利,但现实中,公摊面积上设置广告、车位等带来的收益,很少有业主享受到。

相比取消公摊面积,完善相关规定无疑更具现实意义和可操作性。比如,厘清公摊标准——通过明确公摊面积的最大比例、收费标准、测量方式等,减少、避免相关争议;引进惩罚赔偿机制——有专家建议,对开发商随意扩大公摊面积、超过合理误差的,可以参照消费者权益保护法中的惩罚性赔偿责任,要求其给予购房者公摊面积费用一定倍数的赔偿;落实公摊收益——有关部门和业委会应监督物业,按照民法典及相关规定,将业主共有部分产生的收入,在扣除合理成本之后由业主共享,防止业主在为公摊面积埋单的同时也能从公摊面积中受益,等等。总之,办法应该比困难多。

分摊的共有建筑面积组成,套内建筑面积部分为独立产权,分摊的共有建筑面积部分为共有产权,买受人按照法律、法规的规定对其享有权利,承担责任。

客观而言,近年来,商品房公摊面积呈扩大趋势——从最初的10%以下,到现在动辄30%、40%。这与商品房提档升级,增加电梯数量、公共区域面积增加等因素有关,也与开发商公摊面积计算不透明、暗箱操作等有关。一些购房者质疑公摊面积是在为不属于自己的公共空间买单,并且每年交的物业费、供暖费等都要继续为公摊面积买单。因此,近年来关于取消公摊面积呼声渐高,也有全国政协委员建议取消公摊面积,将实际公摊面积成本核算到实用面积之中。

张淳艺

110平方米的房子,到手却发现套内面积只有60多平方米;购房时销售人员口头承诺的31%公摊面积,收房时却变成了46%……记者近日采访发现,公众对于购房时需要承担公摊面积费用多有诟病,不少人担心存在“消费暗区”。在这样的背景下,近年来一种声音甚嚣尘上——取消公摊面积制度。(见8月16日《法治日报》)

从进入商品房时代开始,我国普遍实行的是由购房者分摊部分共有建筑面积的做法。2001年起施行的《商品房销售管理办法》规定,商品房建筑面积由套内建筑面积和

罗筱晓

眼下的内蒙古草原牧草丰盈牛羊壮,正是一年中最适宜旅游的季节。但显然并不是所有游客都能赢得草原的欢迎。

媒体报道显示,8月13日,多名到内蒙古呼伦贝尔旅游的游客将车停在陈巴尔虎旗公路边的草原上,牧民上前劝离,游客不但不听,还多次用“这是你家草原啊”等言语辱骂牧民,甚至试图抢夺牧民手中拍摄视频的手机。

8月15日,陈巴尔虎旗公安局对此事进行了通报——王某某等人对自己的违法行为供认不讳,在网络上公开向公众赔礼道歉。依据《中华人民共和国治安管理处罚法》,对王某某等3人处以行政拘留处罚,对越野车驾驶员王某某、赵某某进行批评教育。

游客让草原“很受伤”,这样的事情不是第一次发生。2019年,为找到驾驶越野车碾压草原的外地游客,当时的内蒙古锡林郭勒盟多伦县县长在社交媒体上直播公开征集线索;2020年8月,一张姓游客驾车碾压呼伦贝尔草原,破坏草原面积2.93亩……

或许有人认为,草原最不缺的就是草,踩一踩、压一压不用大惊小怪。殊不知,在内蒙古每一株草都弥足珍贵。这些草场多为牧民个人承包,牧草遭到破坏就可能影响牛羊的采食量,进而影响牧民当年的经济收入。保护还是践踏草原,关乎的不止一家一户的利益,还有当地乃至周边省份的生态环境。

因在社交媒体“死磕”碾压草原者而走红的原多伦县县长曾说:“几乎没有哪个多伦人没有参与过治沙治漠。”受自然条件和人类活动影响,多伦县早年基本寸草不生,植被恢复全靠20多年来人工植树植草。类似的情况,在内蒙古多地都存在。为了防风固沙,为了下一代、再下一代有更好的生存环境,无数科研人员、工作人员和普通牧民为恢复土地活力、改良草种品质以及管理养护草原付出了心血和汗水。也许草场的价值比不上经数十上百百年才形成的丹霞地貌、钙化景观,但与后两者一样,草原也是破坏起来简单、恢复起来很难。

在我国,破坏草原不仅是素质问题,更是法律问题。根据草原法的规定:非抢险救灾和牧民搬迁的机动车辆离开道路行驶在草原上行駛或者从事地质勘探、科学考察等活动未按照确认的行驶区域和行驶路线在草原上行驶,破坏草原植被的,由县级以上人民政府草原行政主管部门责令停止违法行为,限期恢复植被,可以并处相应的罚款;给草原所有者或者使用者造成损失的,依法承担赔偿责任。据此,2019年的多伦和2020年呼伦贝尔的两起碾压草原事件,违法者都受到了罚款、恢复植被等处罚。

外出旅游,许多人会提前做好景点、美食攻略,但往往忽略了对当地民俗民情的了解。在不同的地方,什么事情能做什么事情不能做是有“规矩”的,事先知晓并在旅游途中随时注意,也是一门“必修课”。

近年来,文明旅游成为越来越多国人的共识,但依然有不少人不知深浅、放飞自我。自2016年《旅游不文明行为记录管理暂行办法》实施以来,截至去年7月,已有38人被纳入“国家级”的旅游不文明行为“黑名单”。同时,北京、南京、西安等地均出台了游客不文明行为管理办法,将破坏公共环境卫生、损毁旅游目的地文物古迹等情形纳入“个人旅游档案”,记录期内,相关人员将被限制进入规定的旅游景区及不予办理组团出境等服务。

去草原越野不该变成撒野,放松也不能演变为放纵。美景是用来欣赏的,不是用来破坏的,希望这一简单的道理能被更多人知悉并付诸行动。

## 是时候给饲养另类宠物立规矩了

郭元鹏

据8月16日《江海晚报》报道,城市生活节奏越来越快,工作压力越来越大,一些年轻人为了减压或寻求情感寄托,会在日常生活中饲养变色龙、刺猬、蜜袋鼯、柯尔鸭、芦丁鸡、水獭等另类宠物。不少人还通过短视频平台、朋友圈晒它们,赚取了不少流量。

饲养宠物,一定程度上来说是爱心的体现。但也并非想养什么就能养什么,这背后还涉及生态和谐、健康隐患、邻里安宁的问题。因此,一些人认为,饲养另类宠物也需要像饲养传统宠物那样,有个基本的规矩,否则这很可能成一场“危险游戏”。2018年7月,陕西渭南曾有女孩被网购的银环蛇咬伤,意识模糊送往医院抢救后,最终被宣布死亡,而当时这种“宠物眼镜蛇”在不少电商平台都有销售,其中不乏保护物种和有物种。

2021年,国家九部门联合启动全国红火蚁防控行动。红火蚁跟普通蚂蚁不一样,其是检疫性有害生物,可能对农业生产、人畜健康和生态环境造成严重危害——根据生物检疫管理的相关法律法规,其被严格禁止调运、运输、传播,然而在一些网络平台红火蚁被当成“另类宠物”进行买卖。

由此不难看出,饲养另类宠物的隐患不小。往小了说,可能影响自身的健康甚至危及生命,往大了说可能导致外来物种侵袭,进而破坏自然资源。此外,一些另类宠物实际上属于国家野生保护动物,禁止买卖更不允许邮寄,如果一些人对这些真实情况不够了解,很可能会因此触犯法律,而平台违规发布此类信息可能承担连带责任。可见,对个人来说,养另类宠物绝不是一件可以心血来潮、任性为之的事情。

随着生活方式多元化,以及人情疏远、社交恐惧等因素,一些人把情感寄托在了宠物身上,可以理解。问题是,饲养的宠物越来越奇葩,甚至连外来物种都进入了家庭,这种情况必须引起重视。有关部门要根据一些新趋势、新情况,及时制定、完善相关规定,从另类宠物的种类、管理、健康、生态等方面对这类饲养行为进行限制和约束,比如,有人建议有关部门出台另类宠物黑白名单,以加强对公众的引导。总之,不能放任饲养另类宠物酿出种种祸事。

# 碾压草原辱骂牧民 越野不该成撒野