敢公开的环保调查更可信

齐鲁视点

本报评论员 廖雯颖

8日下午,山东省环保厅官方微博公开了对“高压泵深井排污”企业调查情况,称春节以来省内并未发现高压泵深井排污及形成打井排污产业链的实例。(**详见本报A05、06版**)

省环保厅的这份微博答复,源于与网络大V邓飞就潍坊地下水污染事件的微博辩论。双方一开始针锋相对,后来开始用理性克制的方式表达。这次公布调查结果,更获邓飞赞赏,称:“山东环保正在回应每一举报,再立政微新标杆。”

面对网络热点和汹涌舆情不躲不闪,认真回应公众关切,及时公开调查信息,接受公众监督,省环保厅打了一次主动的舆情战,敢说敢“亮”的勇气值得肯定,也给其他习惯沉默应对的政府部门以启示。回顾这次舆情论战,最大的亮点是省环保厅一直坚持正面应对,同时用事实回应质疑,回应网友时不情绪化。在最新公布的调查情况中,更详细列出了被举报的25家山东企业的名称、所在地、被举报的内容和举报的出处,清楚地解释了调查结果,给人的感觉是态度诚恳,调查结论言之有据。相比有些面对舆情风潮选择沉默应对、事后再出来按自我逻辑“官方表态”的政府机构,这次省环保厅的正面回应,无疑给关注此事的公众以“正能量”。

在这个舆情事件容易出现误读、误解、误判的时代,作为政府职能部门,要让老百姓相信自己发布的是“真相”,先得尊重民众的知情权。尤其是在这个网络问政的时代,要建立更加开放、更加透明的政府,通过政府网站、官方微博、新闻发布会等政府信息公开的途径,不断推进政务公开。阳光是最好的防腐剂,政府做到了公开透明,才能为实现公民的知情权、表达权、参与权、监督权落到实处创造条件。

企业污染危害社会和公众身体健康,公众理应有百分之百的知情权。政府也好,企业也罢,不能以所谓商业机密为借口拒绝公开污染信息,否则无异于在逃避责任和监督;也不能担忧现在没查出问题、以后再出现问题而不敢公开名单,事实上,对污染企业的相关信息毫无保留地公之于众,更能打造全方位、多渠道的疏而不漏的监管天网及长效机制。

当然,群众对环保的诉求不仅止于信息公开,各级环保部门对群众的具体问题还应给出更多更合理的解释。

记者来信

多建公益市场为“菜篮子”减负

孟敏

近日,笔者跟随蔬菜从田间地头到市场超市,亲历了蔬菜价格三级跳的过程:一斤冬瓜田间收购价仅为一毛六七,进入零售市场的销售价达到每斤八毛,价格涨了三四倍。笔者认为,要为“菜篮子”减负,要在“最后一公里”的公益化上做文章。

之所以这么说,是因为“最后一公里”菜价的涨幅实在太厉害。对此,商务部原部长助理黄海曾做过分析:一是政府对流通基础设施的投入严重不足,各城市的批发市场大多由社会投入建设,并以营利为目的,导致进场费、摊位费、交易费不断高企,最终反映在菜价上;二是在城市卖菜的农民生活成本高,社会保障匮乏,为了养家糊口,只能在零售环节对蔬菜加价;三是农产品的增值税抵扣政策没有完全落实,让超市的蔬菜价格始终比农贸市场高。

众所周知,现在国家对蔬菜运输开通“绿色通道”,这降低了蔬菜运输过程中的流通成本。因此,批发市场的进场费、摊位费,零售市场的租金、管理费,超市的高额进场费就成了推涨菜价的重要推手。为此,北京市政府调控物价时,曾要求新发地等批发市场对卷心菜等几种大宗蔬菜,免除数百元进场费,以尽量降低蔬菜批发的成本。但随着今年物价上涨,房租、交通、学费都呈上涨势头,在城市卖菜的小菜商们生活成本增加,在没有其他收入保障的情况下,这些上涨的成本都被折算到菜价中,导致了“最后一公里”菜价上涨50%,甚至翻倍。

因此,从长远看,要想稳定一个城市的蔬菜和农产品市场,最终的解决办法是由政府引导农民逐步建立联合经营体,逐步实行有前瞻性的订单农业,并由政府在城市逐步建立一些带公益性质的农贸市场,在降低菜贩成本的基础上拉低最终菜价。只有推行“最后一公里”公益化,让城市自发生成的批发市场逐步变为政府主导的非营利性机构,才能从根本上取缔各种进场费用,降低流通成本。

2011年,国务院也下文要求各级政府增加财政投入,改造和新建一批公益性农产品批发市场、农贸市场和菜市场。在政府没全面推行“菜篮子”公益化这种理想的流通方式之前,地方政府应向各级批发市场引入外部监管机构。毕竟,蔬菜维系着一个城市的消费命脉,要防止出现不符合市场规律和法治原则的现象。同时,严格监管目前普遍存在的进场费,防止进场费随意上涨,进而推高蔬菜价格。

(作者为本报经济新闻中心记者)

本地新闻评论版邮箱:
bendipinglun@126.com

读者来信

让家长“不送礼也踏实”

编辑同志:

近日浏览网络,发觉许多论坛正在讨论教师节要不要给老师送礼,一些家长为此纠结不已。

这些年,在教师节给老师送礼越来越普遍,有些是主动的,有些是被动的。家长送礼的原因,无非是希望老师对自己孩子在学习上、生活上多加照顾。中国自古有“尊师重道”的礼数,家长感谢老师对孩子的辛勤培育,这分感恩是情感教育的重要内容,更应该注重精神层面。

事实上,老师是教育者,是“红烛”,是“园丁”,教育学生是本职工作。老师如果按礼物厚薄来决定对于学生的态度,则与“为人师表”相去甚远。而且,家长送礼、老师收礼,还会对学生产生负面影响,令其人生观、价值观跑偏。当学生明白“送礼能办事”的现象之后,可能不知不觉便养成“遇事要送礼”的理念,为走上社会之后大搞不正之风埋下隐患。因此,治理教师收礼现象刻不容缓。

当然,要从根本上消除教师节送礼现象很难。一是在一些地方已经成为一种风气,积习难改;二是送礼很有隐秘性,家长不说,老师也不会主动承认;三是相对而言,每个家长的送礼数目不是很大,不会成为一种沉重的经济负担而怨声载道。

因此,消除认识误区,重建信任理解,或许才是教师节最好的礼物。尊师重道贵在平时,节假日的突击表达,并不能给老师带来快乐,反而增加了压力。对于个别老师收礼的行为,除了制定细致规定并严格执行之外,有关部门还要为家长们开设投诉平台,营造反对送礼、收礼的氛围,让家长们不用送礼也心里踏实。

(读者 曲征)

中国宝玉石协会原秘书长李劲松大师逐一品鉴,原章真印,美玉无双,白玉无瑕

第一款“和田白玉大师手镯”限量发行

公告:为纪念中华第一玉龙出土40周年,弘扬中国玉石文化,由中国文物收藏协会监制、中国国家首饰质量监督中心权威检测、中国宝玉石协会原秘书长李劲松大师逐一品鉴,“和田白玉大师手镯”正式发行,全国限量仅5000套。

“和田白玉大师手镯”,采用上品和田玉精工打造,经大师逐一品鉴真选,加盖原章真印,确保完美无瑕,具有极高的收藏、投资和实用价值。

金银满室不如一镯传家,
7980元,圆女人一生梦想!

一两白玉百两金,百两白玉出一镯,每一只完美的手镯,都是一个美丽的传说,一个价值的奇迹!

近年以来,和田玉价格屡创新高,和田白玉,更是千金难求的玉中珍品。手镯是对玉石材质要求极高的工艺品,由于玉石是天然形成,由玉石雕琢成的手镯,要做到没有瑕疵,万中无一。玉器界称“一两白玉百两金,百两白玉出一镯”,毫不夸张的说,每一只完美的手镯,都是从无数玉石中精挑细选、精雕细琢而成。“和田白玉大师手镯”,由原国家宝玉石协会秘书长李劲松大师亲自品鉴,逐一真选,只只都是不可多得玉中珍品。

人养玉三年,玉养人一生。驻颜美容、祈福镇宅、彰显尊贵、五德随身、传家传世、含玉其德!

玉是中国的国石,也是中华美德的象征。孔子说“玉有五德”,在古代,白玉的饰品是只有皇亲国戚才能拥有的珍宝,价值远远在黄金之上。现代研究发现,玉石含有多种对人体有益的微量元素,如锌、镁、铁、铜、铬、锰、钴等,长期佩戴玉石,可以和人体产生神奇的“协同效应”,有明显的治疗保健作用,这是黄金和钻石无法比拟的。好的玉石,不仅会越戴越润泽,玉质也会越来越好,所以许多豪门大户,把白玉的手镯当做代代相传的传家宝。

原国家中国宝玉石协会秘书长
中国玉石行业领军者
——李劲松大师原章真印

商场均价在30000元以上,越传越珍贵,越戴越值钱!

收藏价值一:“和田白玉大师手镯”手镯选自上等白玉,完美无瑕,只只都是不可多得的传世之宝!

玉石是不可再生的珍贵资源,由于几千年来不断的开采,上等的玉石原料越来越少,身价不断暴涨。“和田白玉大师手镯”采用的上等白玉,原料极少、质地极精,今天一只镯,明天就是一栋房、一辆车!

收藏价值二:金银有价玉无价,商场单只白玉手镯价格3万元以上,如果不是动用国家库藏玉石资源,绝不可能以这样的低价收藏!

和田白玉手镯价值连城,商场的零售价单只都在几万元上下,此次为纪念中华第一玉龙出土四十周年,国家特别动用库藏精品玉石,以底价发行,收藏时机稍纵即逝,错过就是终身遗憾!

收藏价值三:国家权威检测,大师原章真印,完美无瑕,是“和田白玉大师手镯”的双保险,不管是爱好者还是鉴赏家,都可以放心收藏!

美玉人人爱,玉石手镯更是每个女人一生的梦想。“和田白玉大师手镯”由国家权威机构检测,国家宝玉石协会秘书长亲自品鉴,加盖大师原章真印,收藏万无一失!

全国发行公告

“和田白玉大师手镯”由中国文物收藏协会监制,每套藏品均配有中国首饰质量监督中心权威检测证书、中国宝玉石协会原秘书长李劲松大师品鉴证书,加盖原章真印。全国限量发行5000套,山东省配额仅200套,原始发行价7980元/只。

指定发行电话:0531-
83182668 83182778

唯一发行地址:济南市历下区泺源大街6号山东新闻大厦一楼 中华藏品