

溶洞成“垃圾洞”给地方生态环境监管敲响警钟

吴 迪

据 6 月 9 日央视新闻报道,近期,湖南省张家界市慈利县当地的溶洞竟成了“垃圾洞”。这一事件被曝光后,持续引发关注。人们纷纷表达对如此污染行为和有关方面后知后觉的气愤,以及对生态环境能否修复的关切。当地及时作出响应,快速清运垃圾,值得肯定,但清理过后有些问题仍须深刻反思。

提起张家界,人们首先想到的就是山清水秀、风景绝美。如今,溶洞竟成了“垃圾山”“化粪池”,这种反差触目惊心。“垃圾有七层楼高”“发现了十年前矿泉水瓶”“立案 14 起”……从这些信息来看,相关污染行为已不是一朝一夕,污染程度也较深,且偷排垃圾并非个案,无论是时间、范围还是规模等,都足以说明相关问题的严重程度。这背后潜藏的代价还有附近村民面临饮水安全隐患,溶洞地质景观及其科研价值遭到难以估量的损害。

如此恶劣的生态破坏行为何以能够持续十几年?环保监管的“钝感力”真的这么大吗?

客观而言,溶洞的喀斯特地貌特征确实更易于垃圾污水等的排放,且不容易被发现。但同样应该正视的是,污染这件事在当地并非毫无踪迹可寻,比如,村民曾反映过“水质长期不稳定”,今年 3 月当地还让养殖户对非法排污进行了整改……也就是说,但凡对相关线索和信息敏感一些、刨根问底一些,相关问题也不会拖延至今才被发现。

此前,有媒体也曝光过其他地方的溶洞或一些偏远之处被当作垃圾场的情况,其中的共性问题是:垃圾成灾往往与监管的薄弱甚至缺失有很大关系。比如,有的企业在运输处置危废垃圾时“以邻为壑”、异地偷排,一个重要原因就是利用了“管理飞地”;前不久某地“良田沦为垃圾场”事件中,社区曾“多次反映”相关问题,有关方面一直未予理睬……

面对类似的污染行为和违法违规操作,相比“亡羊补牢”,未雨绸缪更为重要。对于一些特殊地质区域,环保监管确实存在难度,也存在诸多未知与不确定性,但一旦污染,相关整改和修复往往艰难,并且耗费巨大。此番事件给更多地方敲响了警钟,比如,要摸排、掌握本地特殊地质地貌区域的“家底”,针对不同类型分类施策,建档管理;要提升对特殊区域的环保监管力度,不留死角、不落一处;充分用好有关生态环境损害案件的惩罚性赔偿条款,进而形成更大震慑、警示作用;对群众投诉举报要及时回应、认真处理,等等。

在生态环境领域,教训已然不少,希望更多地方能够举一反三,用更积极主动、更精准彻底的治理守护好每一寸山河,而不是在一场暴雨、一次意外曝光之后才“高度重视”——应该时刻牢记的是,绿水青山就是金山银山,守护生态环境必须有为有位、行胜于言。

防晒衣不防晒,消费者防不胜防

和 生

近日,媒体曝光的“不防晒的防晒衣”一事,引发广泛关注。据报道,这些被曝光的防晒衣,既无产品名称,无生产厂商,也无厂址,是典型的“三无”产品。但不少商家却打着“UPF50+”等高防晒指数的幌子,在市场上大行其道,严重侵害了消费者的合法权益,也扰乱了正常的市场秩序。

目前,多地市场监管部门称,已对涉事企业进行现场检查,对相关产品进行查封并抽样送检,责令涉事企业暂停生产销售。同时,将对同类企业开展专项排查,对发现的违法问题依法处理。

“三无”防晒衣何以在市场畅销无阻?商家又怎么把“三无”防晒衣卖得心安理得?一方面,这源于消费者难辨真伪,依据国家标准(GB/T 18830—2009)的规定,只有当产品的紫外线防护系数(UFP)>40,且长波紫外线(UVA)透过率<5%时,方可称之为“防紫外线产品”。

然而,许多消费者并不了解这一标准。一些商家正是利用了消费者在专业领域的认知局限,便开始虚假宣传,以次充好,甚至伪造检测报告来误导消费者。

另一方面,防晒衣市场庞大且复杂,包括一些小作坊式的生产企业,其生产规模小、分布分散,增加了监管的难度。

此外,电商销售模式让防晒衣的销售渠道更加多元和隐蔽,一些“三无”防晒衣通过网络平台进行销售,其生产、销售地点难以确定,给监管部门的执法带来了挑战。

监管有困难,买家难辨别。于是,在利益驱动下,一条涵盖“生产—检测—销售”环节的“三无”防晒衣黑产便形成了。

服装加工厂以低廉价格生产“三无”防晒衣,检测机构违规操作,不少主播在电商直播平台夸大其词、提高防晒指数,误导消费者购买。在防晒衣黑产的暗中运作下,“三无”防晒衣大量流向市场,严重侵害消费者权益。

目前,各地市场监管部门已经出动,对防晒衣厂家开展专项检查。电商平台也不妨及时跟进,针对销售“三无”防晒衣的商家、主播等拿出有效的应对举措,遏制其流入市场。

总之,监管部门和电商平台都要“打起精神”,不能再让消费者“三无”防晒衣防不胜防。

“不打扰”才是最好爱护

杜 梨

这几天,被网友称之为“韦神”的北京大学数学科学学院助理教授、研究员韦东奕在社交媒体开号一事引发极大热议。有高考学子在其评论区许愿,也有人担忧其身体健康。北京大学回应道,希望和网友共同保护好学者专心治学的宁静环境,让韦东奕老师能心无旁骛地投入教学科研工作。

这位公众印象中隐于校园、深居简出、埋首攻坚数学难题的天才人物,如今何以走到了流量前台?据称,韦东奕的账号是由本人同意、家人协助注册,主要目的是防止恶意剪辑与造谣行为的蔓延,“建立一个真实可控的窗口”,后续该账号将分享数学相关内容。

树欲静而风不止。放眼网络平台,有关韦东奕的消息不少,对其学术成就、外貌形象、生活习惯,甚至感情状态指指点点、品头论足,“韦神”俨然成了一些人的流量富矿”。这些内容有“窥探隐私”式的、“造神毁神”式的,以及“商业牟利”式的。据报道,此前曾有公司抢注“韦东奕”商标,目前已被驳回,但“韦神”已被多方成功注册。诸如此类真真假假纷纷扰扰的喧嚣,对于韦东奕本人及其家人、任职学校,显然都是严重打扰。

但从韦东奕这段极短视频里肉眼可见的紧张局促,以及流量世界屡屡展现出的复杂莫测,“主动发声”的方式能否以正视听,还是会掀起更嘈杂的舆论风暴,恐怕很难说得清。有人说,飙升的热度正将这位纯粹学者推向漩涡,迫使他站在了学术宁静与公众窥视的悬崖边缘。也有人认为,“还是关了号为好”。

流量当然不是洪水猛兽,在互联网时代,一位走红的学术偶像也很难完全隔绝外界关注。某种程度上,韦东奕超强的影响力中,也蕴含着公众对于天才的关心,对于学术的好奇,也有人期待其账号会给网络空间带来一股清流。但平心而论,绝大多数粉丝,并不懂那些深奥的数学知识,对韦东奕的评论与打量,多半都流于鸡毛蒜皮,打扰着治学者所需要的安静。这究竟是一场关注学术、关心人才的正向热潮,还是对“天才学者”符号的集体消费?

“他本人像一张白纸,根本不知外界发生了什么。”而这样一张“专注的白纸”更需要得到足够的尊重与保护。象牙塔里,容得下参差多态的人才,放得下安静治学的书桌。互联网上,也理当展现出对于人才和知识的足够尊重,遏制清理那些恶意剪辑与造谣行为。保持理性克制、避免病态凝视,让韦东奕不被过度打扰,才是最好的爱护。

为稳就业出更多实招暖招

邱超英

提供了有益借鉴。

企业是吸纳高校毕业生就业的主渠道。提高企业稳岗扩岗的积极性,就业服务先要立足差异性,增强针对性。例如,大型企业用人数量多、门类广,新项目落地之初难免遇到招工难,河源市一处产业园成立服务专班,根据岗位需求“一企一策”组织专场招聘会,有效提升招聘时效。小微企业缺乏专人管理人力资源,深圳市坪山区提供劳动关系托管服务,从指导入职手续到代管薪酬、社保,大幅减轻企业管理压力。对初创企业而言,除了租金减免、贷款优惠等常规支持,搭平台、给舞台、提供商机,营造更活跃的创业氛围,这些方式更适用。分级分类、量身定制惠企服务,降低企业招聘、用人的制度性成本,有利于激发稳岗扩岗的内生

动力。

毕业才能就业,但对于就业的规划与准备却不能等到毕业。及早推进产教融合,在教学阶段“嵌入”产业内容,有利于促进供需适配。河源一家汽车零部件企业和技师学院合作,将专业课直接开进车间厂房,课程教学与新技术、新设备、新工艺无缝对接,学生一毕业就能上岗。还有地方通过搭建政企合作服务基地,瞄准新兴产业、未来产业开发新的职业标准,以人才评价带动招生、培训和就业链条,探索规模化培养急需紧缺人才。提前研判产业趋势,动态调整专业布局,尽早投身实训锻炼,能够有效增强高校毕业生的职业适配力、岗位胜任力、求职竞争力。

做好就业服务,有时候也需要“工夫在诗外”。异地求职,囊

“麦田 CBD”是美丽中国的一瞥

孙 萍 刘瑞生

独特感,正如一位法国网友的评价:“很有特色的麦田,坐落在高楼大厦之间,形成了鲜明的对比。”

近年来,随着数字社会的转型,我国各地不断加强城市传播。通过打造文化景观塑造城市名片,已经成为城市发展和塑造形象的重要策略。杭州,不仅是有着深厚文化底蕴的历史名城,也是具有先进发展理念的“中国数字第一城”。近些年,杭州持续发力数字媒体产业,在流量平台、网红主播、商品供应、融资帮扶等层面形成了完善的产业链,“麦田 CBD”的“出圈”传播,得益于杭州数字产业的大力托举与人们对这一文化符号的创意延展。

“麦田 CBD”展现的是城市中的农业景观,看似简单的组合被网民赞叹“魔幻”,是因为它在理念和实践上并不简单。都市与田园的无缝衔接,让广大网民产生了强烈的生态共情和乡愁共鸣。“麦田 CBD”

除了昭示着丰收,在国内外网友的评论中又多了两点含义。一是绿色环保。像巴黎的农场屋顶、新加坡的垂直绿化一样,杭州的千亩麦田展现了中国城市对绿色发展理念的努力探索。二是田园乡愁。美丽的田园风光足以消解长期伏案的疲惫,让忙碌的“打工人”感受城市中的田园带来的心旷神怡,也难怪网民会称赞“麦田 CBD”是“未来之城”。实际上,现代都市文化与农耕文化、城市核心区与粮食功能区、美丽城区与美丽田园如何融合,农业元素如何在城市化进程中保留甚至迭代发展,这是数百年来现代化进程中的世界性难题。而在“麦田 CBD”震撼人心的都市田园风光图景中,呈现的是传统与现代的融合,是人文与科技的共振,是农村与都市的相互成就。反差的素材,被融入一幅和谐的画面,进而引发人们期待美好生活的共情。

奔赴“诗与远方”,绝不能搞“违法之旅”

姚友明

日前,最高检发布的一起典型案例引发社会关注。陕西某旅行社因组织 155 次非法穿越秦岭核心保护区活动,被检察机关提起民事公益诉讼,最终被判承担生态修复费用 11.5 万元。

这一判决不仅是对违法者的严厉惩戒,更释放出明确信号:国家自然保护区的生态红线是“高压线”,非法进入生态核心保护区就是以身试法,必将付出代价。

秦岭和合南北、泽被天下,是我国的“中央水塔”,是重要的生态屏障和野生动植物宝库。其核心保护区承载着保护生物多样性、涵养水源等多重功能。然而,部分旅行社和户外团体为追逐利益,打着“探险”“自然体验”等幌子,公然组织大规模穿越活动,导致高山植被破坏、野生动物栖息地受扰,甚至引发火灾隐患。

此次曝光的案例中,涉事旅行社一年内竟组织 3800 余人次非法进入核心区,牟利 67 万余元。检察机关以公益诉讼“出击”,正是对这类“生态掘金”乱象的精准打击。

从司法实践层面来说,该案也具有典型意义:首先,通过诉前禁止令及时遏制违法行为,体现司法保护的“预防性”理念;其次,引入专家评估厘清生态损害,科学量化责任,为类似案件提供技术参照;第三,以“一案”为“一类”案件办理提供借鉴,起到警示作用。自 2024 年以来,为协同整治非法穿越秦岭自然保护区核心区行为,陕西省检察机关已办理 9 起关联案件。

根治非法进入生态核心保护区问题不能仅靠末端追责。部分参与者生态意识淡薄,将保护区视为“网红打卡地”;一些网络平台为博流量,刻意美化违规路线;基层生态保护监管力量分散、技防手段不足等,都给违法行为留下可乘之机。

未来需构建“预防—监管—惩戒”全链条机制。一方面加强保护区智能监测和巡逻力度;另一方面压实旅行社、户外俱乐部主体责任,对组织者实施行业禁入等联合惩戒。同时,可通过典型案例普法,让公众认识到,奔赴“诗与远方”,绝不能搞“违法之旅”。

小票根也可撬动文旅大消费

向斯琦 王 丹

根经济”持续升温,“为一张票奔赴一座城”已成文旅消费新热点。

别小瞧这小小的票根,它同时承载着三重价值:作为消费契约的经济凭证、作为情感载体的文化符号以及作为社交媒介的互动工具。这种聚合效应破解了传统文旅消费的困境,重构了消费者的整体价值评估体系,使消费者更关注整体消费体验的完整性和连续性,而不是仅在单一的消费环节产生成本支出。的确,当交通票证可兑换景区优惠,演出票据能得到住宿折扣,消费者的决策逻辑就从“单一消费性价比”转向“整体消费价值最大化”。

“票根经济”悄然兴起,离不开政策支持和技术创新的双重驱动。今年年初,上海将“票根经济”纳入扩消费六大专项行动。北京、洛阳、杭州等地也积极行动,明确提供税

收优惠、打破数据壁垒等政策,激发“票根经济”活力。不少商家也敏锐嗅到小小票根中蕴藏的无限商机,将其作为低成本吸引消费者的突破口,以合作共赢的心态参与其中。酒店、景区、餐饮等不同行业的经营者通过聚合权益共享,形成更加紧密的协作关系。如此,不仅降低了单个商户的获客成本,更通过消费场景的有效串联,创造出“1+1>2”的协同效应。

在“票根经济”蓬勃发展的同时,一些情况也亟待关注。首先,正如不少专家所言,目前“票根经济”主要依赖政府补贴和商家让利实现运转,亟待形成长效收益分配机制,进一步完善激励机制。其次,需要加强多平台合作,实现跨行业数据有效共享,持续优化技术体验。此外,当前部分联动仅停留在简单折扣层



志愿填报 别人坑

全国高考相继结束,志愿如何填报成为众多考生和家长关心的事。据报道,一些机构或个人为牟取利益,宣称拥有所谓的“内部数据”,一些机构打出“专家团队”的旗号,还有一些志愿填报指导机构过度强调某些专业的就业前景,制造“热门专业”的假象等,考生和家长要警惕,切勿入“坑”。

浙江日报发 王成喜 作