

## 社评

## 城市“海绵化”改造要善用系统性思维

今年入汛以来,我国南方地区连降暴雨。降雨持续时间长、累积雨量大、影响范围广,多地再现城里看“海”,给城市运行和居民正常生产生活带来诸多不利影响。

伴随着强降雨,我国试点已有5年的海绵城市建设迎来检验成果的时刻。2015年,国务院办公厅发布《关于推进海绵城市建设的指导意见》,明确提出各地海绵城市建设的任务书和时间表:围绕将70%以上的降雨就地消纳和利用的目标,到2020年,城市建成区20%以上面积要达到目标要求,2030年相应面积则要达到80%以上。但从此次全国一些地方在暴雨中“沦陷”的事实来看,海绵城市建设的工作依旧任重道远。

必须指出的是,海绵城市建设是一项持续用力、久久为功的系统性工程,我们既不能因为个别试点城市在新发生几次暴雨后仍然发生内涝灾害就被定义为无效,也不应该在某些特殊区域完成定点建设后就宣称整体完成了建设。考虑到海绵城市建设的复杂性,从试点区域到全域覆盖还需要在很长一段时间内不懈努力,但建设过程中出现的尴尬也折射出科学合理运用系统性思维的重要性。

人们为什么以“补旧账”来形容海绵城市建设?这侧面反映出城市管网

建设的落后,而这也是城市发生内涝的原因之一。但现实问题是,城市排水系统等基础设施具有公益性,投入巨大且基本不产生经济效益,如果没有中央财政支持,城市排水系统的优化就有可能被延迟。要想吸引社会资本有效参与,就必须系统性研究完善利益补偿和回报机制,就需要做好顶层设计。一些城市探索出利用环境改善带来的土地价值增值支付建设成本的经验可供借鉴,比如,海南省海口市在完成土地收储后进行黑臭河治理,环境得到了改善,土地价格也得到了提升,政府用升值的部分支付了治理的成本。这则经验也告诉我们,不要将思维局限于一处,统筹考虑、系统思考会有更多创新空间。

实际上,除城市内涝外,我国还面临着水资源短缺、水污染、洪涝等水问题。这些问题不能单一进行分析,也无法凭一地、一部门推进解决,必须系统性地提出综合解决策略。受季风气候影响,我国各城市四季降水分布极不均匀,南方雨水更充沛应重排,北方缺水少雨要重蓄,如果统一操作、简单借鉴“国际标准”,并不一定会收到较好的效果。与此同时,水利、建筑、规划、给排水、城市园林等部门是否能有效地打出“组合拳”?地上、地下建设管理能否一

体化?这些都时刻考验着海绵城市建设成效。

有专家指出,“海绵”即是以大地景观为载体的生态基础设施。以此来看,生态基础设施是一个生命的系统,它不以单一功能目标而设计,而是用来综合、系统、可持续地解决水问题。但根据一些城市实施方案和专项规划的成果来看,有的缺少大排水系统的规划建设,有的缺少竖向的衔接,有的缺少对水资源、水生态等目标的实现途径,这些都体现了对海绵城市理解的偏差,缺乏系统性考虑。

单看试点区域,在近年的海绵城市建设中已有不少成功的实践经验。近日,深圳市在同批14个试点城市中脱颖而出,在国家海绵城市建设试点绩效评价中名列前茅,该市采取的全覆盖规划指引、全方位项目管控、全维度布局建设的做法值得借鉴。

海绵城市是治理城市内涝的重要举措,是我们在新时代与水资源环境和谐相处的重要途径,是让城市回归自然的现实要求。然而,这是一个“隐蔽”的工程,只有在强降雨时才会凸显出重要性,才会被广泛关注。但这也是功在当代、利在千秋的事业,我们没有理由不去高效、系统、一劳永逸地完成好这项惠及子孙后代的世纪工程。

## 察言观社

对“免不掉的广告”  
会员期盼高效维权机制

■李英锋

疫情期间,不少人选择视频网站看剧刷综艺并付费成为会员。消费者花钱购买视频网站的会员身份,图的就是看剧刷综艺清爽、干净、方便。然而,一些网站在宣传、承诺或者与消费者签订协议时说好的“会员免广告”,却变成了“会员看广告”。尽管比非付费网友少看一部分广告,但会员依然要按照视频网站的“解释”看不少特殊广告,网站甚至还会单方修改协议,为一些名目的广告开路。

面对这种侵权问题,依靠消费者单枪匹马地维权,成本较高,耗时较长,而且大多数消费者的法律素养有限,在与视频网站博弈时都处于弱势地位。正因为此,消费者遭遇“会员特权缩水”等侵权问题时,不得不无奈地选择忍受。实际上,很多消费者也没有时间和精力打官司。在这样的消费语境中,视频网站就很容易占据主动地位,其侵权行为就很容易持续得逞。

对待上述侵权问题,不能仅靠消费者按照消费纠纷或合同纠纷在相关法律法规的范畴内寻求解决办法,而应有更多元、更高效的维权机制。

市场监管、工信、法院等部门可针对视频网站的格式合同违法问题,制定标准的付费会员服务合同范本,供视频网站和消费者参考或选择使用。对于视频网站以“发布或者利用虚假信息,诱人订立合同”“隐瞒重要事实,诱骗对方当事人做出错误的意思表示订立合同,或者诱骗对方当事人履行合同”等方式实施的合同欺诈行为,或者在与消费者采用格式条款订立合同时加重消费者责任、排除消费者权利等行为,市场监管部门可依法予以查处;对于“夸大或隐瞒所提供的商品或者服务的数量、质量、性能等与消费者有重大利害关系的信息误导消费者”“以其他虚假或者引人误解的宣传方式误导消费者”等行为以及在格式合同中含有“规定经营者有权任意变更或者解除合同,限制消费者依法变更或者解除合同权利”“规定经营者单方享有解释权或者最终解释权”等内容的,市场监管部门也可依法查处。

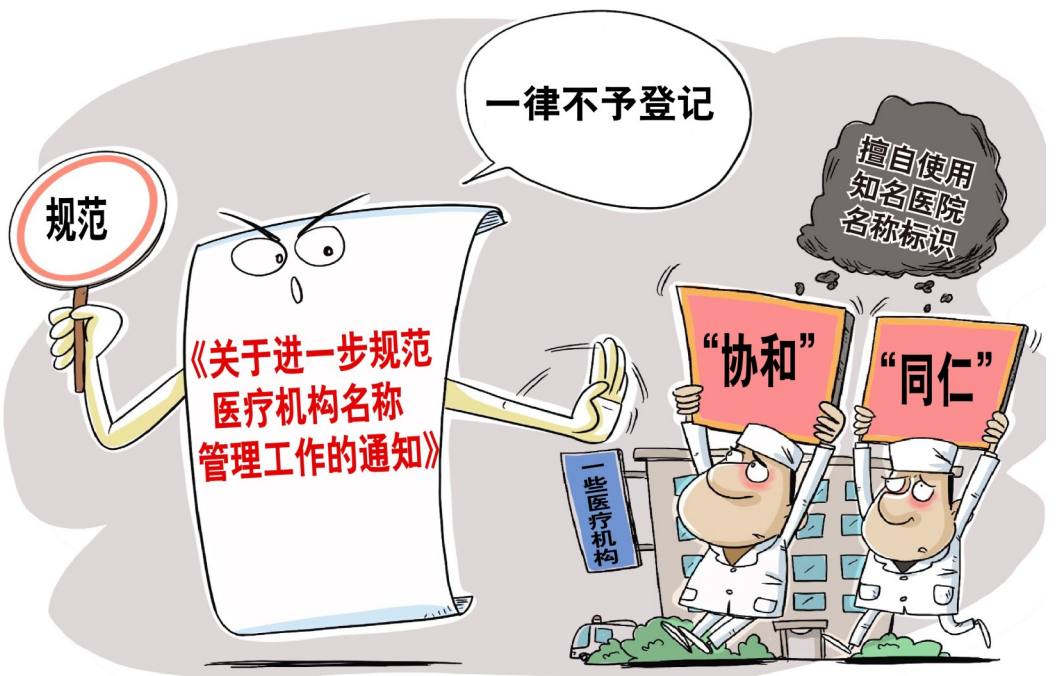
今年4月8日,针对广告特权描述不清、涉嫌虚假宣传等问题,浙江省消保委约谈11家音视频网站,并提出整改意见,已取得明显成效。显然,各级消保组织都应该用足用好约谈、调查、通报、揭露批评、公益诉讼、支持诉讼等法律武器,向具有普遍性的“会员特权缩水”“免不掉的广告”等侵权问题宣战,倒逼网站规范经营行为。消保组织、市场监管部门、法院等维权责任主体还有必要针对消费者投诉积极探索适用速调速裁机制,给消费者开辟维权绿色通道,提供维权便利。

说到底,维权机制多承担一份责任,消费者就会多一份底气,多一份保障。

## 规范

国家卫健委等四部门日前联合印发《关于进一步规范医疗机构名称管理工作的通知》,要求严格履行名称管理职责、严禁利用名称误导患者,医疗机构擅自使用“协和、同仁”等知名医院名称标识的不予登记。

新华社发 王鹏作



## 微言微语

## 加油区域扫码支付,安全还是危险

## 背景:

“不下车加油”是今年新冠肺炎疫情发生以来加油站力推的一项便民服务,司机们不下车扫个码就能完成加油付费。近日,浙江省海宁市检察院组织的一项针对加油站扫码支付安全性的听证会,给这项广受欢迎的便民服务的安

全性打上了问号。目前,全国多地已下令禁止在加油区域内使用手机进行支付,但个别地区加油站仍存在加油现场用手

机扫码支付现象。  
@米斯:手机扫码磁场辐射远超过手机打电话,在加油站易燃易爆范围内使用手机扫码支付存在一定风险性。安全隐患就是在不经意间的忽视。

@高筱雨:不管加油站扫码支付安全与否,在没有科学定论之前,应该在全国范围内叫停。

@宋宇波:现在加油站的安全措施比

较高,汽油泄漏的浓度不会太高,要产生电火花,电磁波的功率强度要非常大,手机也很难达到。

@郝小图:这关系到广大人民群众的人身安全和财产安全,需要由更高层级的政府部门牵头,组织通信、消防安全等领域的权威专家进行更严谨的科学实验,测试加油环境下扫码支付的危险性,以科学评估发生爆炸风险的概率。