

# 污水是第二水源，要善治善用

## 每周经济观察

污水资源化利用本身具有较强的公益性,既需要市场积极参与,也需要政府规范引导,要通过建立使用者付费制度,放开再生水政府定价,鼓励采用政府购买服务的方式推动污水资源化利用。

污水治理是个老话题,但污水资源化利用却是个新课题。日前,国家发展改革委等十部门联合印发《关于推进污水资源化利用的指导意见》,从国家战略高度对污水资源化利用做出全方位部署,这还是头一回。

有人问,如此大力度推动污水资源化利用,是不是有点小题大做?回答这个问题,需要在我国人多水少、水资源时空分布不均、与经济要素之间不匹配这个基本国情下进行考量。目前,我国人均水资源量仅为世界平均水平的四分之一,根据过去20年数据测算,我国城镇化率每提高1%,城镇生活用水要增加16.7亿立方米。显然,水资源短缺已成为制约我国经济社会高质量发展的主要瓶颈,而加快污水资源化利用正是解决我国水资源短缺的重要途径之一。

近年来,我国年均污水排放量达750亿立方米,且呈逐年增长态势,但再生水利用量尚不足100亿立方米。一边是很多地方“喊渴”,一边却是大量再生水资源白白地浪费掉。一些缺水地区千方百计寻找替代水源,甚至不惜成本地远距离调水或搞海水淡化、开采深层岩层地下水等,总体看这些举措在可操作性或经济性上尚存在短板。相比之下,污水资源化利用不仅可以就地造水,而且对生态环境影响低,具有明显的综合优势。

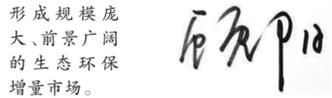
既然比较优势明显,为何污水资源化利用实施起来困难重重?一个重要原因就是再生水价格机制不完善,缺乏合理的收费和激励机制,导致企业对再生水使用积极性不高。此外,水质标准覆盖不全面、水质分级标准缺失以及基础设施建设缺乏统筹等,也是造成再生水使用成效不明显的重要因素。

针对上述难点堵点,《指导意见》从全局高度把污水资源化利用融入当前水资源格局中,在“节水优先”的治水方针下,节水和治污统筹推进,强调把污水资源化利用作为节水开源的重要内容,推动再生水纳入水资源统一配置制度,促进其与城市供水体系的有效衔接,真正实现污水作为“第二水源”的功能。

当然,污水资源化利用从“善治”到“善用”,要充分发挥好再生水价格形成机制的作用。一方面,污水资源化利用本身具有较强的公益性,既需要市场积极参与,也需要政府规范引导,要通过建立使用者付费制度,放开再生水政府定价,鼓励采用政府购买服务的方式推动污水资源化利用;另一方面,要通过项目融资、专项债券、绿色金融等手段,提高社会资本进入污水资源化利用领域的积极性。

需要指出的是,污水资源化利用不只是一个简单的水资源问题,未来的污水处理厂也不会只停留在单一的污水处理上,它还可以是一个资源生产的工厂,比如污水中大量的磷、氮等物质可以转化为农作物的肥料,污水处理中产生的热量可以作为地热资源用于建筑物供暖等。污水资源化利用的过程,也将是公用事业走向更为广泛产业化的过程。

不仅如此,污水资源化利用还将成为推动低碳经济发展的重要抓手和促进经济社会高质量发展的有效动力。目前,全国已建成并投入运营的城镇污水处理厂有4000多座,日总污水处理规模超过2亿立方米,位居世界第一。未来,随着污水资源化利用的深入实施,在盘活现有存量资源的同时,将带动一批污水处理厂新建或提标扩容改造,同时催生污水先进设备研制、运营维护服务等新业态新模式,形成规模庞大、前景广阔的生态环保增量市场。



# 个人信息安全不容践踏

王 轶 辰

近日,“网友称拼多多APP远程删除照片”登上热搜,引发热议。报道称,有网友爆料称拼多多远程删除其手机相册照片后,被手机系统检测到并弹出提示。对此,拼多多回应称,删除的是“缓存”图片,导致用户手机系统认为有删除图片操作,将对APP做改进。无论出于什么原因,“误删”也好,“故意”也罢,公民个人信息安全都不容随意践踏。

拼多多事件再度暴露出当下一些主流应用的数据收集、使用和管理,在一定程度上仍处于失控状态。在利益驱使下,某些商业机构并未将个人隐私信息保护放在心上。在移动互联网高度发达的今天,人们不可避免要登录网站和使用手机软件,在用户注册过程中,需要将部分个人信息授权给商业机构,如果这些信息不能被有效保护,后果不堪设想。

根据此前有关报道,随着经济生活不断数字化,包括姓名、家庭住址、电话、身份证号、高考成绩,甚至个人生物信息等在内的个人信息频繁被泄露。互联网企业通过对用户的衣食住行、家庭、职业等统计分析,能精准地描绘出一个人的“数据画像”,用户隐私保护遭遇尴尬。

在海量个人信息收集的背后,商家对于用户数据的所有权、使用权问题,以及平台的责任和权利边界仍不明确。同时,用户也不知晓个人数据如何被使用,用户对个人信息是否会被用于其他目的也缺乏必要的知情权。一旦出现信息泄露的情况,用户对于如何举证、维护自身合法权益等往往是“两眼一抹黑”。可以说,数字经济时代,个人信息安全正遭受前所未有的威胁。

数字时代的个人信息保护在全世界都是个新命题,越来越广泛的信息化应用也促使数字社会治理大考提前到来。但无论如何,互联网发展都应该以保障个人信息安全为前提。要坚持安全可控和开放创新并重,提升广大人民群众在网络空间的获得感、幸福感、安全感。

对于个人来说,应加强个人信息保护意识,加强防范;对于互联网企业来说,应始终牢记社会责任,将个人信息安全放在更加重要的地位,严格遵守国家法律法规,不断强化行业自律;对于政府部门来说,应加大监管力度,做到有法可依,有法必依。只有政府、企业、消费者三方协同配合,树立安全意识,才能共同守住网络发展与信息保护的红线,让互联网更好造福于民。

# 杜绝伪造健康码发生

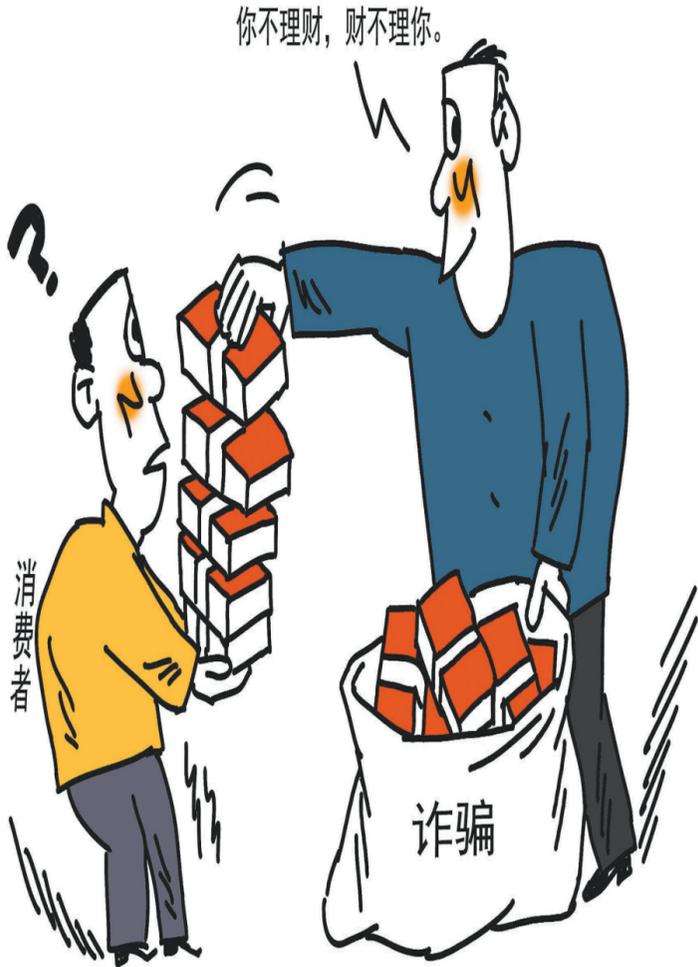
吴 昊

健康码(健康宝)是各地针对疫情防控推出的市民通行电子凭证,是疫情防控的创新之举。近日,一款名为“健康码演示”的应用,因为能根据个人所需随意显示各地健康码,涉嫌违法而被下架。研发者已被公安部门采取刑事强制措施。

利用技术伪造健康码,必须严加禁止。一方面,若个人利用“健康码演示”来掩饰自身健康状况,或许在出行时能做到“畅通无阻”,但对个人及社会公众都是极不负责任的。另一方面,将个人健康码从红码、黄码“伪装”成绿码,也是对疫情防控工作的妨碍,扰乱了社会公共秩序,更是违法犯罪行为,必将受到相应的惩处。

对于个人而言,面对此类伪造软件,除了坚决抵制之外,还应主动上报,以免被别有用心者利用。

做好疫情防控工作,必须杜绝此类案件发生,切实做到源头管控,末端治理,中间防范。相关部门应加强监管,依托大数据、人工智能等技术,对此类软件强屏蔽、严打击,对背后的灰黑产业链条顺藤摸瓜,铲除生存的土壤;在人员通行环节加强技术力量,如利用机器扫码代替人工“看码”,引入人脸识别技术比对人码信息,提升出入口管理人员的责任心和鉴别能力,对每一个出入人员的健康码逐一验证……让健康码真正起到守护健康的作用,让“健康码演示”寸步难行。



# 别被“抗幽”牙膏忽悠

廖海金

最近,市场上出现声称可以抑制甚至杀灭幽门螺旋杆菌的牙膏。多家网购平台显示在售,每支牙膏价格从十几元至上百元不等。有商家称,该款牙膏对消除口腔和胃内的幽门螺旋杆菌均有作用,一支就可见效。

果真有如此奇效的牙膏吗?对此,有专家直言,口腔内从未培养出过幽门螺旋杆菌,胃才是最合适幽门螺旋杆菌居住的地方,通过刷牙治疗胃里的幽门螺旋杆菌可能性不大。可见,这又是一款收割消费者“智商税”的伪产品。

“抗幽”牙膏之所以能有市场,源于普通民众对幽门螺旋杆菌的了解有限,甚至部分还存在错误认识。有些商家正是利用消费者的认知有限,夸大产品效果,是典型的虚假宣传行为。据报道,2019年

上海市嘉定区市场监督管理局就曾立案对一家销售“抗幽螺旋杆菌牙膏”的公司涉嫌虚假宣传进行调查。

防止类似行为,需综合施策,多方发力。其一,加强市场监管。市场监管、消协等职能部门要积极承担起监管责任,形成联动机制,加大监管力度。其二,严把检测关。相关审核部门应对商家资质、商品证书等严审核、严把关,绝不能轻易地让其蒙混过关。其三,处罚要从严。相关执法部门应对该类行为采取“零容忍”态度,发现一起查处一起,并将其列入“黑名单”。最后,加强消费警示,对消费者进行必要的科普教育。消费者面对商家的宣传要避免盲目从众,要理性消费、科学消费。

# 如此“理财课”

一段时间以来,“理财课”广告在直播平台、社交平台铺天盖地,也吸引了不少人参与其中。“你不理财,财不理你”,确有一定道理。但需要警惕的是,有的“理财课”以培训为名推销理财产品,有的甚至以财商教育名义实施诈骗。遏制“理财课”变“诈骗课”,还须形成治理合力。直播平台应对直播内容、资质审核等起到把关、监督作用。有关部门应对虚假宣传、诱导贷款买课等行为依法采取有力监管措施。消费者也要懂得基本的理财知识,避免被网络“理财课”忽悠。(时锋)

图/罗 琪作

# 松绑信用卡透支利率为哪般

姚 进

- 取消信用卡透支利率上下限管理,有利于发卡机构在与其他消费金融机构竞争中增强竞争力。对于消费者来说,也可以享受到更多实惠、优质的金融服务。
- 透支利率市场化定价后,银行和持卡人会逐渐达成定价范围标准,并不会出现“断崖式”的超低定价标准。

褚福灵(中央财经大学社会保障研究中心主任)

# 养老金调整遵循三原则

自2018年起,我国企业退休人员养老金连续三年保持5%左右的上漲幅度。2021年养老金如何涨、涨多少受到退休人员广泛关注。

养老金调整与城乡居民收入增长、物价变动等多种因素相联系,应适时适度调整,以保证购买力水平不降低。要遵循三个原则,即保障基本生活,适度

分享发展成果,基金可负担。具体来说,就是要兼顾人民群众养老金上涨需求与财政承受能力的关系,一方面保证调整后的养老金能维持其基本生活,适当分享社会经济发展成果;另一方面也要确保财政可承受、制度可持续,考虑到养老金增长的刚性和制度长期运行,要注意避免“寅吃卯粮”。

张 庆(关键之道体育咨询公司创始人)

# 俱乐部名称中性化更需耕耘消费端

根据足协要求,2021赛季各支职业联赛俱乐部名称将变更为中性名称。名称变更过程中,相关部门要对俱乐部进行适当引导,给予足够时间。这样的话,真正的“百年俱乐部”就不会由于投资方变化使得名称变来变去,从而有机会在文化建设上

有更强的地域归属感,并在建立城市名片过程中发挥更重要的作用。

要看到,原来俱乐部的商业模式是“B2B”,中性化之后“转移支付”很难维系,俱乐部将静下心来培养球迷组织、球迷文化,与球迷建立更紧密的联系。

近日,中国人民银行印发《关于推进信用卡透支利率市场化改革的通知》,决定自2021年1月1日起,信用卡透支利率由发卡机构与持卡人自主协商确定,取消信用卡透支利率上限和下限管理。

所谓信用卡透支利率,主要是指信用卡持卡人的当期账单金额未按时全额还款所产生的逾期计息的利率,以及信用卡取现应付的利息。此前,各家银行信用卡透支利率采用的是固定利率,即日利率万分之五。2016年,人民银行发布通知,自2017年1月1日起,对信用卡透支利率实行上限和下限管理,上限为日利率万分之五,下限为日利率万分之五的0.7倍。

此次为信用卡透支利率“松绑”,是深入推进利率市场化改革的重要举措之一。一方面,取消信用卡透支利率上下限管理,有利于发卡机构自主决策,更好地创新产品,参与市场竞争,为持卡人提供个性化服务。当前,我国消费金融市场参与者众多,一些互联网消费金融产品持续发力,银行信用卡面临的挑战不言而喻。取消信用卡透支利率上下限管理,有利于发卡机构在与其他消费金融机构竞争中增强竞争力。对于消费者来说,也可以享受到更多实惠、优质的金融服务。

另一方面,信用卡一旦出现逾期,其违约金、滞纳金、利息等也给持卡人带来不小的债务压力。因此,央行此番新规,也是希望通过调节和引导市场竞争减少持卡人负担。未来,信用卡透支利率将更加差异化,不同银行会根据信贷资源、发展目标、市场策略等采取不同的透支利率,中小银行或将通过较低利率吸引客户,同时,信用良好的客户也将获得更优惠的透支利率。

尽管目前还没有出台具体的调整方案,但已有人担心,下限放开是否会促使信用卡透支利率快速突破原来的下限。实际上,灵活的定价策略丰富了信用卡客户的选择性,市场竞争将更加激烈,但不会出现无序竞争的现象。信用卡透支利

率上下限放开后,预计管理层将通过自律机制、窗口指导等方式,引导银行保持良好的竞争秩序。银行也会根据自身资金成本、风险偏好等进行合理定价,不会打无底线的“价格战”。对不同持卡人进行精准画像并提供差异化服务,将是消费金融市场的趋势。

可以预见的是,未来信用卡透支利率有一定的下行空间,但大幅下降的概率较低。透支利率市场化定价后,银行和持卡人会逐渐达成定价范围标准,并不会出现“断崖式”的超低定价标准。此外,尽管发卡机构为拓展市场,会推出优惠透支利率,但是持卡人还应充分评估个人还款能力,理性借贷消费。

思辨

本版责编 马洪超 孟飞 李苑

投稿邮箱 mzjigc@163.com