

序

今年是“国际消费者权益日”确立十五周年，是《消费者权益保护法》颁布实施五周年。我们的“3·15晚会”也已经制作播出九年了。从“3·15晚会”的诞生、发展和走向成熟，凝聚了许多关心消费者利益的电视人的智慧与力量。

朱镕基总理看了1998年“3·15晚会”之后，表扬了这台晚会非常成功，并随即指示有关部门出台了取缔破坏经营秩序、违反社会主义伦理道德的非法经营传销的法规。这不仅仅是对“3·15”电视宣传活动的重视，也是对我们电视工作者的充分肯定。

第一届“3·15晚会”是从1991年开始的，当时的中央电视台经济部主任赵化勇（现任中央电视台台长）和经济部全体共同策划推出了这一台节目。1992年，我们与国家部委及其他兄弟媒体合作共同发起的“中国质量万里行活动”也同样源自“3·15”。从1996年开始，“3·15”主题宣传活动由一台晚会发展成连续一个月的专题报道，“3·15”的电视报道由一个点发展成为一条线、一个系列宣传活动。每年的“3·15”主题宣传活动都有一些新的特点和突破，很多节目内容给观众留下了深刻的印象，像1996、1997年连续报道的因卡式炉爆炸致使少女毁容

的案件报道,很多观众至今记忆犹新。

中央电视台的“3·15 晚会”走过了九年的历程。它已经从商家厂家的忌日成了消费者的节日。我们每年为此投入了巨大力量,宣传规模一年胜似一年,社会影响一年超过一年。我们的消费者也从不懂法、不知法到自觉拿起武器维护自己的消费权益。我们的生产企业和商家也从盲目地模仿、制造他人的品牌产品到有意识地争创自己的名优品牌,自觉维护生产经营秩序,走上健康良性的发展道路。可以说“3·15 晚会”最大的成功之处就在于宣传法律、普及法律。

九年来,“3·15”主题宣传活动在宣传报道内容和电视报道手段上不断地探索 and 追求。每一届成功的“3·15 晚会”都标志着中央电视台的经济宣传又迈上了一个新的台阶。经过这几年的宣传,从影响上看,“3·15 晚会”已像“春节晚会”一样成为中央电视台的保留节目,年年必搞,一年要比一年更好。我们应该好好回顾与总结一下。

这本《“3·15”备忘》为我们总结了消费者保护运动在中国走过的历程,研讨了电视媒体报道与社会现象、社会秩序之间的互动关系,记录了电视工作者在“3·15”报道中的深刻感受和冷静反思。它不仅仅是中央电视台“3·15”主题宣传活动的备忘,也是中国电视与世纪之交的备忘。

目 录

序

“3·15”论坛

1 加强创新意识 深化经济宣传改革·····	杨伟光
3 政府部门在“3·15”活动中的作用·····	朱 燕
6 配合立法工作 办好“3·15”节目·····	何 山
7 精诚合作,再创成功·····	谭希松
11 进口商品的打假·····	刘德平
15 结构力——“3·15”专题晚会成功的基础·····	王晓真

17	从“3·15”现场直播看 NNN 电视形态	王 甫
18	特别节目的仪式周期	徐舫州
21	导向性、权威性和可视性的完美结合	叶家铮
26	‘98“3·15”的设计立意	李向明
27	‘98“3·15”直播漫谈	朱羽君
28	‘98《“3·15”行动》直播断想	胡智峰
33	议事日程设置和舆论监督	刘志筠
36	走向成熟——从中央电视台“3·15”主题宣传活动 看新闻人角色意识的成熟化	喻国明
40	消费者的消费权益	陈继平
44	律师随想	王建平
48	“3·15”宣传对立法、司法、守法的影响	赵旭东
49	消费者权益保护活动中的政府责任	马怀德
51	关注社会文明的进程	杨 志
52	信用资源——市场经济中最宝贵的财富	周孝正
55	“3·15”，媒体应该做什么	王 海
56	先声夺人 气势磅礴	王永利
64	从电视屏幕看“3·15”	王红蕾
70	“3·15”备忘	王雪莲
85	“3·15”晚会回顾	中央电视台经济部供稿
89	“3·15”消费者调查侧记	凌 典

“3·15”纪实

采访纪实

99	‘98“3·15”直播与山西	陈鸿兵
103	山西毒酒案摄像手记之一	陈艳波
104	山西毒酒案摄像手记之二	毕岳昆

105 记一次关于商品房质量的采访·····	王化跃
107 一场游戏一场梦·····	刘理
108 遭遇“爽安康”·····	曹莉
109 体验“乱收费”·····	刘江
111 如此维修·····	邱宝华
113 为农民兄弟讨个说法·····	周潇
116 斗智斗勇在华联·····	王振波
117 造假者方郑氏·····	傅顺吉
118 少女的挣扎·····	张力心
120 白纸鹤·····	李世春
122 体味韩成刚·····	梁军
124 我给“3·15”做了道“小菜”·····	赵中平
125 玩儿的就是心跳·····	宿琪

工作体验

127 “3·15”晚会头三脚·····	王保安
133 记住这一天·····	孙小梅
135 好人就有好梦·····	哈文
137 众人拾柴火焰高·····	范建国
139 再回首·····	傅伟
143 组合的魅力·····	刘学军
146 70 小时转不停·····	石正茂
148 打假难 难打假·····	刘奕奕
150 在云南拍“杀手”·····	万剑英
151 记者“造假”(外二则)·····	许景云
153 关于产品比较实验的拍摄·····	李建伟
155 无奈与精彩·····	赵悦
156 直播! 直播! ·····	刘旭
159 “触电”直播·····	唐菊华
160 一分钟 > 8 分钟·····	程国俊

162	热线那边告诉我们·····	张 红
165	功夫在诗外·····	陈 鹏
167	转岗在“3·15”·····	许文广
167	追求完美·····	何 洁
169	我是剧组的螺丝钉·····	郝丽娟
170	真真假假·····	徐立军
170	题外三题·····	潘红梅
173	‘98“3·15”之最·····	唐云竹
174	我所看到的“3·15”晚会·····	周 艳
177	琐事忆趣·····	詹 未
183	蜜月日记·····	王 昔

花絮六则

183	流行病·····	周 砚
184	“真”童谣·····	周 砚
185	“假·假处长”·····	宋 阳
186	剧组没有休息日·····	范建国
187	在农村拍摄·····	王振波
187	贴海报·····	范建国

随想杂感

189	不是为了纪念·····	任学安
190	只有几句话·····	韩 青
191	活在历史的边上·····	徐立军
192	我们做了一次实验·····	石世仑
193	请尊重生命·····	周武兵
195	楼患,我患·····	田 梅
196	传销杂说·····	杨 斌
197	“3·15”何时不再有? ·····	袁 彬
199	你说我说“3·15”·····	‘98“3·15”组剧提供

“3·15”档案

- 201 “6+2”策划方案及导演阐述
206 ‘98“3·15”报道机构图
206 ‘98“3·15”剧组大事记
214 ‘98《“3·15”行动》直播流程表
222 ‘98《“3·15”行动》总台本
232 ‘98《“3·15”之夜》现场直播串联单
235 ‘98《“3·15”之夜》总台本
241 ‘98《“3·15”之夜》新闻专题提要
242 ‘98《“3·15”之夜》文艺节目提要
245 ‘98《“3·15”之夜》现场节目提要
246 ‘98《“3·15”之夜》数字新闻提要
248 ‘98“3·15”侵害消费者权益十大事件提要
252 国家技术监督局‘98抽检结果发布
253 ‘98“3·15”特别节目收视情况调查报告
254 各大媒体对‘98“3·15”主题宣传的报道
257 中央电视台历届“3·15”特别节目精品赏析
271 ‘98《“3·15”行动》演职员表
272 ‘98《“3·15”之夜》演职员表
274 ‘98“3·15”主题宣传获奖工作人员名单
275 中央电视台历届“3·15”晚会总导演名录

后 记

- 276 后 记..... 汪文斌

/

「3·15」

卷
目
录

//

目
录

/

加强创新意识 深化经济宣传改革

◎杨伟光

经济建设是全党的工作中心,搞好经济宣传也就是新闻战线的中心任务。电视报道要突出经济报道这个中心,这一点一直是很明确的。

1997年,中央电视台进行的主要改革之一是经济节目的改革。通过这一次改革和调整,中央电视台第二套节目实现了以经济类节目为特点的频道。我们把黄金时间让给经济节目,让它在第二套节目中当主帅,使经济节目从《经济半小时》等两个栏目发展到9个栏目。一年以来,经济节目从内容到形式都有了很大变化,出现了不少优秀的经济类节目,这不仅符合我国社会主义市场经济建设的要求,也和中央电视台向世界大台迈进的方向一致。

当今是中国电视进入世界千载难逢的好机会。首先,世界需要了解中国。党和政府的改革开放政策使我国政治稳定、经济持续发展,成为一个潜在的大市场。外国人想更多地了解中国,想和中国交往,和中国做生意,这种需求为我们的电视进入世界提供了机会。

其次,电视数字技术的实际应用为电视播出提供了更多的频道。数字压缩技术使原来只能传播一套电视节目的卫星转发器能同时传播六套到八套电视节目,有线电视网能同时把几十套上百套电视节目送入用户家庭。只要有好的电视节目,就有可能进入世界。

再次,中国电视节目近几年发展得很快,质量大有提高,内容较为丰富,针对性增强,节目已有较强的竞争力。经过改革之后的经济类节目,质量就有较大的提高,1998年的“3·15”主题宣传活动就是其中很有深度的一个特别

了零秒误差,白天和晚上节目的收视率也相当高。表明经济宣传的工作迈上了一个台阶,往前走了一大步。因为对现场直播这种方式的运用是衡量一个电视台综合实力的标志之一。

今年是中央电视台建台四十周年,四十年来,中国的电视事业走过了艰辛而辉煌的历程。1997年,中央电视台成功地进行了有关香港回归、小浪底和长江三峡截流成功、飞越黄河等新闻事件的直播,实现了新的突破。通过这些直播,中央电视台检验了自己在技术设备和人员素质等方面的实力。应该看到,中央电视台从一个起步较晚、各方面条件相对落后的台,已经发展成为一个在硬件设备、技术水平等方面堪与世界先进的电视台相媲美的大台。今年在对伊拉克问题的报道中,我们派出的人员、配备的设备都堪称世界一流,进行的新闻报道给世界传媒界留下深刻印象。

与此同时,我们仍应为把中央电视台建成真正的大台而不懈努力。我们曾经有过的成功应该成为今后工作的新起点。'98“3·15晚会”主题宣传活动在借鉴和学习这一点上做得颇有成效。“3·15晚会”开办了8年以来,已经成为经济部的保留节目,成为中央电视台经济宣传的一个重要方面。因此,今年“6+2”方案的成功,为“3·15晚会”做出了新尝试。

建设世界先进水平的大电视台是历史赋予我们的任务,是改革开放的需要,是在世界范围内正确的树立中国形象的需要,也是加快我台事业发展的需要。我台要进一步解放思想,不断深化改革,全台各部门都要强化精品意识,创新意识,制作出更多观众喜闻乐见的优秀节目,为建设世界先进的大电视台做出应有的贡献。

(杨伟光,原中央电视台台长。)

政府部门在“3·15”活动中的作用

◎朱 燕

近年来,保护消费者权益越来越受到社会普遍的重视和关注。“3·15”不

仅成为家喻户晓的日子,而且作为保护消费者的代名词已发展为群众广泛参与的活动。作为消费品生产的行政主管部门,在“3·15”活动中,我们努力促使生产者与消费者加强交流,共同提高。

一、提高生产者对“3·15”活动的认识

消费者把“3·15”当作自己的节日是当然的,相对生产者来说,消费者更需要得到保护。对生产者而言,若没有消费者的“货币投票”,生产的产品就失去意义,企业和职工的利益就不复存在。而且,生产者本身也是消费者的一部分,消费者与生产者看问题有需求和供给角度的不同,但有紧密相连的共同需要和利益。因此,把消费者与生产者完全对立起来的看法是不全面的。正是基于这种认识,作为轻工行业的行政主管部门,我们明确提出:“3·15”也是生产者的节日,并引导生产企业认识到面向市场,抓住这个密切联系消费者、了解消费者需求的良机,积极自觉地支持和参与“3·15”活动。充分利用这个活动,根据消费者的需求和意见,提高产品质量,改进售后服务。生产者的产品只有在不断取得消费者认可的基础上,才能不断提高企业的市场占有份额,企业的实力才能不断增强。反之,生产企业也只有不断增强实力,才有可能向消费者提供更加优质的产品和服务,以满足消费者日益增长和提高的需要。十几年的“3·15”活动实践,使曾处于比较被动、被批评地位的生产者认识到“3·15”活动的真正意义,在明确自己社会责任的前提下,变消极为积极,变被动为主动,更加自觉地参与“3·15”活动,使“3·15”不仅是消费者的节日,也成为生产者的节日。我们认为,这是“3·15”活动意义的升华,是“3·15”活动得以深入持久广泛开展下去的坚实基础。

二、督促生产者听取消费者意见,积极进行整改

我们的政府是为人民服务的政府,保护消费者利益就是保护人民利益。轻工业是消费品工业的主体行业,轻工产品与广大人民群众的生活息息相关。作为轻工行业的主管部门,我们把保护广大消费者权益当作自己的职责,多年来一直积极支持并积极参与“3·15”活动,从全面提高企业素质,提高经济运行质量,规范经济行为的高度,引导企业积极参加为消费者排忧解难的咨询服务活动,听取消费者意见,向消费者介绍产品的性能和使用维修常识,多方面做工作。我们对来自市场反馈的信息非常重视,认真分析广大消

3·15
志
3·15
光
5

费者反映出来的具有普遍性规律性的问题,及时采取措施予以解决。我们特别注意关系到消费者安全、健康的产品,加强对这类产品的监督检测。针对一些产品的质量问題,我们组织修订国家标准和行业标准,实施生产许可证管理,并组织企业对消费者进行正确选购和安全使用的宣传。例如针对啤酒瓶爆炸伤人的问题,在修订新国家标准中规定必须有显著标志,区分耐压瓶和非耐压瓶;规定必须标注生产日期,规定使用年限和定期报废制度;在运输中推广托盘包装等。售后服务工作质量直接关系到消费者对产品满意的程度和企业的信誉,十多年前家电产品开始大批进入家庭时,售后服务的问题一度成为“3·15”活动的热点。针对消费者的反映,我们多次组织调研和培训,要求相关企业建立完善灵敏的信息反馈系统,充实用户档案,加强维修网点和维修制度的建立。经过几年的努力,很多企业都在售后服务方面下了大功夫,推出各种形式的优质服务措施,使许多消费品维修难的问题得到缓解。对消费者反映的问题,我们要求一个电话、一封信都不放过。在今年北京“3·15”现场咨询活动中我们受理投诉49人次,从3月16日起,即安排专人一件件处理,并要求企业认真对待这些问题。

政府在“3·15”活动中不仅要引导企业积极参与并认真改进自己的工作,同时也应正确引导消费者,使消费者了解《产品质量法》和《消费者权益保护法》等法律、法规的内容,教育消费者依法保护自己的合法利益。对于个别消费者提出的一些不合理的要求,应依法进行教育和引导,促进“3·15”活动健康发展。

三、依法打击假冒伪劣产品,既是保护消费者也是保护生产者

假冒伪劣产品破坏经济秩序,既坑害了消费者利益,也损害了生产企业特别是名牌产品的声誉,必须加大打击的力度,重点应是打掉形形色色的保护伞。轻工产品量大面广,对轻工产品的假冒尤为突出。打假除了主要依靠执法部门加大执法力度外,企业和社会各界也要积极参与。我们要求企业发现假冒要及时取证向有关部门报告,并积极采取防伪措施。要充分认识打假工作的长期性和艰巨性,齐抓共管,让假冒伪劣无藏身之地。维护消费者和生产者的合法权益,同时也是对社会公德的维护。

政府在“3·15”活动中的作用,很多是通过社会中介组织和新闻媒体传导

和反馈的,如有关法律法规的贯彻执行情况,政府部门的一些政策、措施、要求等等。很多群众是从“3·15”报导和“3·15”晚会中进一步了解“3·15”的意义和如何维护消费者的权益的。很多企业也是通过中介组织、新闻媒介的促进才提高了对“3·15”活动的认识,提高了参与“3·15”活动的积极性。为什么中央领导同志爱看中央电视台《焦点访谈》,对中央电视台关于“3·15”活动报道给予表扬?主要是他们在反映群众意见,讲真话,不怕得罪人,在宣传党和政府的方针政策,密切政府与群众的联系方面做出了很大努力、很大贡献。我们希望中央电视台经济部继续在这方面多做努力,不断取得新的成绩。

(朱康,国家轻工业局副局长。)

配合立法工作 办好“3·15”节目

◎何 山

今年的3月15日是《消费者权益保护法》生效后的第四个消费者的节日。4年来的实践证明,《消法》是部切实维护消费者权益的好法律。它创造了三个第一:一是1993年10月30日出席八届全国人大常委会第四次会议的委员在通过《消法》时都投了赞成票,使之成为首部全票通过的法律。二是《消法》规定了增加赔偿,这在各国《消法》中是首次出现的惩罚性赔偿条款。三是没有哪部法律能像《消法》那样唤起人民群众的极大关注,越来越多的人知道了我国有部《消法》。“3·15”保护消费者权益日逐渐像“三八”妇女节、“五一”劳动节、“六一”儿童节一样深入人心,消费者有了自己的节日。

《消法》是部好法律,还在于《消法》规定了消费者享有的九项权利、经营者负有的义务、发生纠纷的解决办法、经营者侵犯消费者权益承担的法律责任,使消费者权益有了法律保障。这些规定引人注目的首推第49条增加赔偿。它是动员消费者向假冒商品、假冒服务宣战的号角。四年来,我国消费者贯彻《消法》第49条掀起了四次高潮。第一次高潮以1995年北京电视台播放《悬赏打假》为标志,新闻界率先宣传惩罚性赔偿。第二次高潮是1995年

下半年王海在京买假索赔成功。王海南下广州打假受挫后,1996年北京一消费者购买假画,诉至西城区人民法院,与法官一道掀起了疑假买假打假的第三次高潮。第四次高潮是福建龙岩技术监督局副局长丘建东1997年在北京打起“一块一”官司,北京市西城区人民法院判其胜诉,燃起向服务领域的欺诈行为宣战的一把火。今后还会有第五次、第六次高潮,直至铲除假冒商品。

明年“3·15”搞什么为好?《中华人民共和国合同法》被列为政法工作中的一个工作要点。什么叫市场经济?市场经济就是合同的经济。我们生活消费的任何事情都应该是有合同的。卖羊毛这是买卖合同;坐公共汽车这叫运输服务;到旅店住宿叫做服务合同;装修房子叫做承揽合同;看病叫做医疗服务合同;合伙租房子有租赁合同。经常用的合同应该说有一二十种,这一二十种跟消费者是息息相关的。怎么订合同?订合同有哪些权利、意义、义务?口头合同、书面合同怎么订?消费者掌握这些内容,对于他的权益保护是非常重要的。明年“3·15”,这个主题或者可以作为一个重要的方面,“3·15”是这个法通过的日子。合同意识在中国的概念不强,合同机构都被撤了,可是我们就要订《合同法》,就要增强这个意识。契约经济就是合同,宣传好合同、执行好合同、落实好合同是对消费者权益一个极大的、很好的保护。

(何山,全国人大法制工作委员会巡视员。)

精诚合作 再获成功

◎谭希松

中央电视台的'98“3·15”主题宣传活动在社会各界引起了强烈反响。朱镕基总理在看过'98“3·15”晚会后,给予了很好的评价。3月15日当天直播八小时的宣传活动得到了广泛好评,其中对山西假酒案、传销、精神赔偿等问题的报道成为家喻户晓的话题,观众们纷纷打来电话,赞扬这是中央电视台为老百姓做了一件好事。本次活动获得的最大成功,是赢得了上至国家总理、下至平民百姓的一致称赞。

／
「3·15」
志
／
「3·15」
地
坛
／

中,全国 21 个省、市的地方电视台进行了全力的配合。2 月中旬,中央电视台请各地方台的记者来京,进行任务分配和协调。3 月 15 日当天,各地方电视台都通过微波传送了当日新闻,保证了白天 6 小时直播的顺利进行,造成了全国各地联动的良好宣传氛围。这是电视行业的优势,这种优势,可以成为中央电视台向大节目制作方向发展的良好基础。经济部在'98"3·15"主题宣传中发动了众多地方台通力合作,规模之大可以说是前所未有的。发扬地方电视台优势,做好新时期的经济宣传工作,这次的"6+2"是一次很好的尝试。

第二,做这样一台大节目,尤其是一台直播节目,不是一个部门可以独立完成的。电视节目的特点就是这样。不像做一件工艺品,画一幅画,写一篇文章,可以由一个人独立完成。电视节目,哪怕只是一分钟的节目,也需要合作。'98"3·15"直播尤其体现了各个工种的合作精神。中央电视台各个部门都对直播给予了极大的支持。转播部门在"两会"的紧张期间,仍然保证了"3·15"活动转播车的使用,录制、音频、灯光、保卫、通讯、行政、车队等十几个部门的同志几次派人去山西考察地形路况,准备对假酒案的转播。方案有变动后,又及时派人去浙江。丁文华主任的母亲重病在医院,他在医院陪床时用电话指挥,告诉技术人员:"一条路不行,再多探几条路,一定要保证直播!"大家都为了一个共同的目标努力着。台领导对"3·15"的直播也给予了高度重视和关注,从立项到播出都一一过问,杨伟光台长亲自到地方台会上作了报道中应注意几点问题的指示,总编室罗明主任细心听取"3·15"直播方案的汇报,并做出具体指示。"3·15"晚会彩排和直播时,杨伟光台长、赵化勇副台长亲临现场审看并提出修改意见。罗明主任在直播当天亲临现场指挥,当直播以零秒误差宣告圆满结束时,他向大家表示了祝贺。

第三,对经济部内部来说,"3·15"活动更是大家共同的事业。经济部九个栏目之间没有丝毫门户之见,真正做到了全体总动员,力保"3·15"。《经济半小时》、《生活》、《财经报道》等各个栏目,都是要人给人,要车派车,体现了顾大局识大体的精神。这是一次难能可贵的集体创作,是大家精诚团结取得的成果。

第四,'98"3·15"还得到了来自政府、民间组织和新闻媒体的支持。

最高人民法院对此次活动给予极大支持、配合。"3·15"行动方案中有一

项中是做一个“庭审纪实”转播,法院的同志根据节目的要求,从大量的案件中寻找合适的案例。第一批找来的案件线索有发生在云南的一起居民状告居住小区物业管理的案件和南京的一起由于输血导致病人患上肝炎的案例,结果前者由于被告得知我们要去转播的消息迅速解决了原告提出的要求而告终,后者由于一些其它规定的问题而不适于转播。当我们改变方案,决定直播山西假酒案时,最高法院宣传处多次给山西省有关部门打电话,与省里多方协调、争取,做工作,尽了最大努力。后来这一方案又有变动。最高法院又为我们找来了发生在北京的一起某品牌冰柜自燃案件和烟台的一起煤气热水器致死人命案件,由于时间上的原因,这两个案例也无法进行庭审直播。最后的方案定在直播浙江义乌的商品房质量纠纷案的庭审纪实,最高法院宣传处派出了两名同志与我们的记者同行,为我们多方联系拍摄事宜,经常是深夜还在工作。庭审纪实的转播遇到重重困难,最高人民法院的各级领导给了很高的重视,积极协调,做了很多努力,终于顺利完成了方案中的这一部分内容。

技术监督局是“3·15”活动的老朋友之一,多年来一直支持我台的“3·15”宣传活动,在‘98“3·15”中增加了当天抽检的新项目,为“3·15”宣传的成功添彩增色。

卫生部和商检局也是我们“3·15”宣传多年长期合作的政府职能部门,在合作过程中,凡事都以大局为重,配合我台的宣传要求。

国家工商局给“6+2”方案提供了许多具体的案例。在“查抄造假黑窝点”、“传销”等节目中,编导人员需要大量的具体情况,工商局为此做了细致的工作,为“3·15”行动找到了第一手可靠的资料。由于他们的配合,使“3·15”行动找到了很好的“点”,获得了很好的宣传效果。

中国消费者协会成立不到7年,为保护消费者权益做了大量工作,是中央电视台“3·15”晚会每年的重要参与者,也是我台宣传维护消费者权益活动配合很得意的一个部门。

今年,中央人民广播电台对“3·15”晚会进行了现场转播。用电波将“3·15”晚会传送到那些收看不到电视或者还没有条件看电视的地区和老百姓那里,宣传的效果很好;中国国际广播电台用英语对“3·15”晚会进行现场直播并传送到世界各地,让全世界的人都了解到:中国政府注重保护消费者权益、

注重保护人的尊严。这是中央三大台之间的一次成功合作。

各大媒体,如人民日报、新华社、经济日报、工人日报、农民日报、法制日报等,都对“3·15”主题宣传进行了报道,并且共同进行了'98“3·15”侵害消费者权益十大事件的评选活动,通过统一行动形成规模宣传的力量,充分发挥了媒体的舆论监督作用,也扩大了“3·15”晚会的影响。

中央电视台的“3·15”主题宣传之所以能得到如此广泛而热烈的响应、支持、配合,是因为我们是在发挥舆论的监督作用,曝光不法行为,敦促有关部门解决老百姓生活中很多长期得不到解决的问题。“3·15”工作人员为此付出了很多,包括出去采访拍摄时被打、被骂、被误解,吃不上饭、喝不上水、住不上旅馆。但是大家心里清楚:我们是在为最普通又最需要帮助的人做自己应做的一件事。我们报道的受害人有农民、工人、妇女、儿童等等,都是普普通通的消费者,是弱势消费群体,我们就是要为他们讨回公道。只要能做到这一点,就是我们最大的欣慰了。也只有做到这一点,才会赢得更多的关注和支持,赢得节目的成功。

(谭希松,原中央电视台广告经济信息中心主任,'98《“3·15”行动》和《“3·15”之夜》监制。)

进口商品打假

◎刘德平

商检部门的职责就是对进出口商品实施检验,办理进出口商品鉴定,对进出口商品的质量和检验工作实施监督管理。随着改革开放的不断扩大,我国进出口商品种类和数量不断增加,到目前,大到成套工程机械、工业设备,小到各种家用电器、化妆品、食品,其品种、规格已近万种,与人民群众有着比较广泛的联系。把好进口商品质量关,切实维护我国消费者的合法权益,是商检部门重要的日常工作。

早在改革开放初期,商检部门就根据了解到的世界各国维护消费者权益活动发展的状况,首先提出了成立中国消费者协会,开展保护消费者权益活

动的倡议。1981年春,时任国家商检总局党组成员、业务负责人的朱震元同志,代表中国参加了由亚太经社理事会在泰国召开的“保护消费者权益磋商会”,在会上介绍了我国保护人民群众利益的基本制度,了解了各国保护消费者权益的状况。回国后,国家商检总局立即向国务院提出报告,建议成立中国消费者协会,并提议将协会挂靠在国家工商局。报告被送到了国务院国家进出口委员会,当时任副主任的江泽民同志首先在报告中作了批示,赞成这个建议,其他领导同志及国务院也都同意了这个报告,以此掀开了我国消费者权益保护运动崭新的一页。1984年,中国消费者协会正式成立了,作为中国消协的首倡者和参与者,国家商检局及各地商检机构在认真履行法律赋予的各项职责的同时,加大了维护我国消费者权益的工作力度,在消协的发展中发挥了很大作用。

——严把进口商品质量关。对于国家法定检验的进口商品,各级商检部门和广大检验人员一丝不苟,认真检验,严格把关,保证我国消费者和企业利益不受损害。仅1997年,经商检机构检验的进口商品即达37.2万批,货值44.2亿美元,查出存在品质、数量、规格、包装等问题的不合格商品1.48万批,货值14.55亿美元。通过商检出证,不仅避免了对我国消费者利益的损害,也为企业挽回了大量损失。

——建立并实施进口商品质量安全许可制度。为了确保我国消费者的利益,商检部门从1987年开始,对涉及安全、卫生、环保的进口商品,实施了质量安全许可制度。这个制度规定,经过商检部门考核,符合要求的进口商品可得到国家商检局签发的“进口商品安全质量许可证书”,允许使用“CCIB”质量安全标志。根据实际执行情况,国家商检局发布了《实施安全质量许可制度的进口商品目录》,先后有47类商品列入了质量安全管理。1997年商检部门共颁发进口商品安全质量许可证书1781份,有效地促进了进口商品质量的提高。

——加强对进口废物的检验管理,严防“洋垃圾”向我国转移。进口废金属、废纸、废塑料等可再生废物,对缓解我国部分原材料短缺有一定作用。然而近年来,少数人为谋取不正当利益,将国外生产、生活中产生的有毒、有害物质运到我国,严重危害了我国环境和人民健康。为此,商检部门从保护国家利益、人民利益出发,积极采取开展装船前检验、健全工作程序和规章制