

# 加入 WTO, 环境监测站面临的机遇和挑战

冷宇祥

( 成都市环境保护局, 四川 成都 610012)

摘 要: 介绍了加入 WTO 后我国环境监测面临的形势。指出为适应开放式的环境监测市场的激烈竞争, 必须加快推进环境监测站的实验室认可工作, 加强环境监测站的能力建设, 提高环境监测的现代化水平, 提升环境监测站的社会形象, 以环境监测站雄厚的整体实力占领环境监测市场。

关键词: WTO; 机遇; 挑战; 环境监测站; 中国

中图分类号: X 830 文献标识码: C 文章编号: 1006- 2009( 2001) 06- 0004- 03

国家环境保护总局王心芳副局长在 2001 年全国环境监测工作会议上明确指出: “应对加入 WTO, 还要做好国外监测机构进入我国监测领域的准备, 我国在加入 WTO 的谈判中, 对开放监测市场是做了承诺的。”这是从我国环境监测事业发展的战略高度提出的, 环境保护行政主管部门所属的各级环境监测站, 一定要认真领会其精神实质, 对国外环境监测机构的进入应予以高度重视。加入 WTO 后, 环境监测同国内的各行各业一样, 是

机遇和挑战并存。面对激烈竞争的国际环境监测态势, 国内环境监测站要敢于当仁不让地抢占环境监测市场, 充分利用加入 WTO 后的过渡期, 调整思路, 加强能力建设与服务意识, 在即将形成的激烈竞争中抢占环境监测市场的制高点。

收稿日期: 2001- 08- 28

作者简介: 冷宇祥( 1961- ), 男, 四川成都人, 工程师, 大学, 现从事环境管理工作。

## 3. 5 建设重点污染源自动监控系统

在环境保护重点城市建成一批重点污染源自动监测监控系统。对占 65% 以上污染负荷的排污大户实现在线自动监测, 在中小型排污企业安装等比例采样设备, 提高样品的代表性和数据的可靠性。建立国家、省和市级重点污染源在线自动监测网络, 并与空气、地表水自动监测系统相结合, 形成污染源- 环境质量相配合的环境实时监控系統。

## 3. 6 建设国家级开放式环境分析实验室

建设 1 个~ 2 个国家级开放式环境分析实验室, 加强对有机污染物的分析能力, 代表国家环境监测分析的最高水平, 承担重大环境监测分析任务。

## 3. 7 建立全国生态与环境监测网络

应由国家环境保护部门牵头, 会同各有关资源部门, 建立全国生态与环境监测网络, 实现信息共享, 避免重复投资。建设全国及重要区域的卫星遥感解析中心, 共同承担国家重点生态监测项目。同时, 加快地面生态功能监测站能力建设。

## 3. 8 加强应急监测能力

加大对应急监测的投入, 建立应急监测队伍, 配备必要的应急监测仪器和交通通讯工具, 尽快提高对突发性环境污染事故应急监测的能力, 建立完整的应急监测体系。

## 3. 9 加大辐射环境监测投入

加大对辐射环境监测的投入力度, 在环境保护重点城市要普遍形成辐射监测能力, 掌握辐射环境的背景水平, 对重点辐射源要实施监督监测, 积极推动电磁辐射和放射性环境监测工作。

## 3. 10 完善环境监测数据卫星传输系统

完善环境监测数据卫星传输系统, 逐步实现空气自动监测数据与重点污染源自动监测数据的卫星传输。不断完善和改进数据传输、储存和分析系统, 制定数据传输的技术规定, 实现环境监测信息的科学、安全管理。

## 3. 11 提高市级环境监测站的监测能力

提高所有市级环境监测站的监测能力, 使所有城市( 含县级市) 的环境监测站都具备对空气、地表水、噪声和降水酸度的监测分析能力。

## 1 遵循市场规则

加入 WTO 后,除了有利于实现资源的优化配置,促进市场经济体制进一步完善,有利于引进外资和扩大跨国经营,推进市场全球化,有效地提高我国对外开放的水平,消除我国在国际贸易中受到的歧视性待遇,并在贸易争端中获得合理、公正的裁决。然而,任何事物都如一把双刃剑,既有利的一面,也有不利的一面。加入 WTO 对我国也有不利的一面,按世界贸易组织“市场准入”的要求,外国的商品及服务业将扩大进口,势必对国内市场造成剧烈冲击,一些国内企业可能会在竞争中被淘汰出局,国内某些立法也不得不向世界贸易组织规则靠拢,政府在某些方面的职能弱化,“大市场、小政府”的格局将逐步形成。根据 WTO 规则和我国作出的对外承诺,必须尽快建立健全符合国际惯例和我国国情的对外经济贸易体制。既然我国承诺开放环境监测市场,环境监测同样要遵循 WTO 的相关规则。环境监测的同仁应有全球市场意识,遵循市场的规则,用经济的、哲学的、社会的、文化的观念,超前思考环境监测中的问题。

## 2 环境监测市场的竞争

加入 WTO 后,我国承诺对国外环境监测机构开放国内的环境监测市场。但是,如何开放,具体达成了哪些协议条款,目前尚不知晓。既然把环境监测领域作为市场,环境监测最基本的运作模式同其他行业一样就必须遵循市场规则。因此,那种靠政策支持和行政干预来开展环境监测的做法显然是不行的。

首先,市场承认的是实力。环境监测的实力就是环境监测能力的反映。环境监测能力包括:技术、装备、人才、管理,以及国家环境保护总局最近提出的综合分析水平。前 4 个方面的能力,无论对环境执法监督与日益深化的环境管理,还是对环境监测市场化,都是相当重要的。而把综合分析水平纳入环境监测能力建设,则是一种观念的创新,它赋予了环境监测新的内涵,不仅使环境监测更适合于新形势下环境管理的需要,而且对于环境监测进入市场更具有实际指导意义。环境监测市场化,环境监测机构(产品供方)和被监测单位(产品需方)的民事法律地位都是平等的,排污单位委托不委托,委托哪家环境监测机构进行环境监测,好像顾客买哪个品牌、哪个企业生产的产品一样,是自愿

的。而环境监测机构对外出具的环境监测数据报告就是“产品”。市场靠的就是产品,而产品能否被推销出去,一方面靠质量,另一方面靠需求。经济学有一个基本原理:需求决定供给,最佳的满足是那些源于人类共同兴趣的需求。对于一个渴望成功的企业来讲不仅要源源不断地提供更好的产品来满足人们某种共同兴趣,而且要使自己的产品本身也带上这种兴趣<sup>[1]</sup>。然而多年来,环境监测站对外出具的环境监测报告,比较集中的是反映排污单位排放污染物浓度值是否超标,而缺乏利用环境监测数据对排污单位超标排污原因进行综合分析。如:内部管理是否有效,原材料使用是否合理,污染防治设施运行状况是否正常等,同时为排污单位提出既实现污染物达标排放,又促进内部管理,合理使用资源的综合性建议,使排污单位感到环境监测很有必要。正因为如此,据了解,很多排污单位对环境监测究竟能给本单位带来多大的实际效益认识不清,因而缺乏主动监测的积极性,有的甚至持消极抵触情绪,其结果是除了建设项目验收或老污染源治理验收以及要取得某些证照,非进行环境监测不可时才去找环境监测站外,排污单位主动申请进行环境监测的很少。如果任这种状况继续存在和发展,环境监测站将无法面对开放的市场冲击,不利于环境监测站的发展。

其次,树立良好的服务意识,是加入 WTO 后能否拥有环境监测市场的又一关键。由于体制原因,多年来,环境保护行政主管部门所属的环境监测站,在一个省(市)或一个区、县(市)独此一家,没有形成竞争的格局,市场观念淡薄,服务意识不强。按照 WTO 建立的一整套关于国际服务贸易的多边纪律和规则,要求一国政府在市场准入上,不得对国外服务提供者的数量、服务产业的价值,提供服务的法人实体形式以及外资参股的最大比例施加限制,同时保证给予其他成员的服务和服务提供者的待遇不得低于给予本国的服务和服务提供者的待遇,并且在所有成员之间不得有歧视行为。这些都是我国加入 WTO 后必须履行的基本义务<sup>[1]</sup>。由此可见,以前政府实施的保护措施都将逐步消除。加入 WTO 后,国外环境监测机构进入我国,一个地方有可能是几家均有资格的环境监测机构并存,环境监测市场的竞争格局自然形成,排污单

位委托当地哪家进行环境监测, 可以自由选择。那些监测能力强、服务质量好的环境监测机构必然是其选择对象, 而对那些不能满足需求的环境监测机构亦必然是避而远之。因此, 提高服务质量, 是获得环境监测市场份额的最佳途径之一。

### 3 抓住机遇, 面对挑战, 适应新形势的要求

加入 WTO, 国外环境监测机构将以各种方式进入我国环境监测市场。对这场即将到来的与国际接轨的环境监测市场竞争, 国内环境监测站必须做好足够的思想准备, 要抛弃依赖思想, 打破“等、靠、要”的旧观念束缚, 进一步加强环境监测能力建设, 树立强烈的服务意识, 形成自身的核心竞争力。

#### 3.1 加快推进实验室认可工作

王心芳副局长强调指出: “实验室认可工作是环境监测质量管理与国际接轨的最直接途径。通过推进实验室认可工作, 提高我国环境监测水平, 与国际先进技术接轨, 对我国加入 WTO 以后的环境监测工作具有十分重要的意义。”环境监测站, 一定要积极创造条件, 争取通过国家实验室认可。

#### 3.2 加强能力建设, 提高环境监测现代化水平

环境监测站要加强能力建设, 全面提高环境监测现代化水平。因为, 环境监测的能力, 是参与环境监测市场竞争的实力, 是必备条件。环境监测市场的竞争, 核心就是环境监测能力的竞争。要积极推进环境监测站现代化建设, 环境监测现代化建设与能力建设是相辅相成的, 没有环境监测的能力建设, 就没有环境监测现代化, 要把环境监测站现代化建设作为重要任务来完成。

#### 3.3 树立服务意识, 提升社会形象

环境监测站的社会形象是其参与环境监测市场竞争的基础。环境监测站应抓好提升环境监测社会形象的“五度”建设, 即知晓度、知名度、指名度、满意度和美誉度建设。知晓度就是要进一步宣传环境监测, 使全社会都了解环境监测所做的工作, 了解环境监测的重要性和必要性。知名度就是要创环境监测站的“名牌”, 本着以作为谋求地位的原则, 要像完成空气质量日报与预报、重点流域地表水环境质量公告和饮用水源水质月报等重要工作一样, 按时保质保量完成上级交办的各项环境监测任务, 加强应急监测能力建设, 确保在重大活动

中, 环境监测队伍能招之即来, 来之能战, 战之能胜。指名度就是排污单位指名委托环境监测站的程度。要依靠自己的实力、名气和“产品”(即规范的监测数据)使排污单位自觉自愿的要求进行环境监测。满意度和美誉度两者密不可分。有了满意度, 才可能产生美誉度。满意既是建立在实践基础之上, 又是一项综合性指标, 关键是满足客户的需求。美誉取决于满意, 必须通过满意来实现。现在商界都在遵循一个等式:  $100 - 1 = 0$ 。意思是即使有 100 个顾客对一个企业满意, 但只要有一个顾客对其持否定态度, 企业的美誉就等于零, 这种形象化的比喻似乎有夸大其词之嫌, 但据实际调查, 一位非常满意的顾客会将其得到的满意服务告之至少 12 个人, 其中大约有 10 个人在产生相同需求时会光顾; 相反, 一位非常不满意的顾客会把不满意告之 20 个人, 这些人在产生相同需求时几乎不会光顾别人不满意的企业<sup>[1]</sup>。因此, 环境监测站一定要注重在公众中提高对自己的满意度和美誉度。另外, 树立良好服务意识是当前各个行业新的经济增长点。事实证明, 在产品同质的情况下, 即质量、价格、功能都相当的情况下, 要占领市场, 必须以优质满足顾客需求的服务来开拓市场份额。如今, 西方发达国家已全面进入服务型经济时代, 进入了服务型社会。服务是国家经济增长最快的部分, 而且服务增加值大都超过了国民总产值一半以上的比例, 在美国达 75% 以上, 这充分说明服务为何能获得竞争优势的原因<sup>[1]</sup>。

加入 WTO, 环境监测市场化态势显现, 引用商界流行的一句话: “永远没有迟到者, 只有失败者”<sup>[1]</sup>。环境保护行政主管部门所属的环境监测站, 沿用那些已经过时的甚至已经淘汰了旧观念, 是不能适应市场竞争的。一定要以自身的环境监测实力, 求得“点的突破”, 以点带面强力推进, 将自身的环境监测活动融于国际环境监测市场的大趋势中, 顺应时代潮流, 加强能力建设, 树立良好的服务意识, 在环境监测市场竞争中取得胜利, 求得发展。

#### [参考文献]

- [1] 严世华. 实用 CS(顾客满意) 经营运作 55 讲话汇编[Z]. 北京: 北京首嘉西艾士商务咨询有限公司, 2001, 5.