



声音

一般来讲,如果减税力度不足,“放水养鱼”效果不明显,企业获得感不充分,生产经营就会缺乏后劲,“税基”不稳固、“税源”不丰沃;如果减税力度过猛,会影响当期国家一般公共预算收入,就难以满足保障民生等公共服务支出和重点战略任务财力需求。

……接下来,进一步完善减税降费政策,重点不是提高减税降费“总量”,而是提高政策的精准性和有效性。财税等部门只有着力优化减税降费落实机制,保持政策的连续性和稳定性,防止弱化减税降费政策红利,才能确保该减的税减下来,该降的费降到到位,把党和国家的好政策,不打折扣地送到企业手上。

——人民日报:《减税降费,要提质更要持续》

一位能够在高考作文中获得高分的考生,可能记忆力很强,可能应试技巧高超,但很可能不懂文学,也对文学没有多少兴趣。这种情况无疑是遗憾的——我们培养出了很多拥有应试技巧却未必有充足人文素养的“人才”。

这就回到了那个老问题:有什么样的教练员,就会培养出什么样的运动员。显然,余华的文学造诣再高,也未必是那个适应考试形势的教练员。

——光明日报APP:《“余华教作文引争议”背后的真问题是什么》



【本期话题】

实施育儿假

“十四五”规划纲要草案正在提请十三届全国人大四次会议审查。媒体发现,草案积极回应社会关切,将应对人口老龄化上升为国家战略,提出“探索实施父母育儿假”。一石激起千层浪,要不要实施育儿假,怎样实施,如何避免沦为“纸上福利”,引起社会关注。你怎么看?

【议论纷纷】

@离晞:“全面二孩”政策已经实施好几年,但并没有拉动人口出生率,生育水平仍旧处于极低水平。造成这种局面,主要是育龄家庭的生育意愿和生育水平较为低迷。究其根本原因,是生育成本过高,新生婴儿没人照料,逼得很多家庭不愿生、不想生、不敢生。实施“父母育儿假”以及延长产假,在很大程度上能够解决新生婴儿没人照料的难题,又能减轻育儿的经济成本和负担,在一定程度上能够拉动育龄家庭的生育意愿,提高人口出生率,更好应对人口老龄化等社会问题。从这个角度说,实施“父母育儿假”符合育龄家庭的需求,是破解生育意愿低迷的有效办法。

@夏小女:“父母育儿假”要想从理想走向现实,真正得到落实和执行,不能幻想一纸立法,关键是要建立起“父母育儿假”的成本共担机制,政府财政要分担“父母育儿假”所产生的成本,激发企业给员工放“父母育儿假”的动力,让企业有能力给员工放“父母育儿假”。本期话题下期继续

平台经济迎来强监管时代

□澎湃新闻

3月15日,习近平总书记在中央财经委员会第九次会议上发表重要讲话强调,我国平台经济发展正处在关键时期,要着眼长远、兼顾当前,补齐短板、强化弱项,营造创新环境,解决突出矛盾和问题,推动平台经济规范健康持续发展。

近几年来,我国平台经济发展迅猛。数据显示,2020年我国互联网平台服务企业实现业务收入4289亿元,同比增长14.8%。网上购物、手机点外卖、出门叫网约车……平台经济越来越多“承包”了人们的衣食住行。平台经济打破空间限制、精准匹配用户需求、便捷为各方创造价值,在经济社会发展全局中的地位和作用日益突显。

但正如会议指出,平台经济也存在一些突出问题,一些平台企业发展不规范、存在风险。网络售假、APP过度索权、

泄露用户隐私、大数据杀熟等问题频发,昨天的央视3·15晚会,就曝光了多起平台企业侵犯消费者权益案例。

从去年中央政治局会议、中央经济工作会议相继提出“强化反垄断和防止资本无序扩张”,到此次中央财经委员会会议提出“坚持发展和规范并重”,信号很明显,就是要明确规则、划清底线、加强监管、规范秩序。平台经济不能再“肆意放飞”、野蛮生长。

此前部分平台赚快钱、捞过界,不仅损害消费者利益,也伤及线上商家,比如一些平台因收取过高的佣金沦为“收租平台”,比如“困在系统里的外卖小哥”。长此以往,平台也会被反噬。此次会议提出加强平台各市场主体权益保护,也明确了平台企业在商品质量、食品安全保障、维护用户隐私等方面必须坚守的底线责任。

“解决突出矛盾和问题”,离

不开有力监管。针对“监管体制不适应”的问题,会议提出,要加快健全平台经济法律法规,实现事前事中事后全链条监管,金融活动要全部纳入金融监管。可以预见,随着各项法律法规的健全和落实,平台经济将迎来强监管时代。

在行动层面,近期有关方面连续对知名互联网平台祭出反垄断处罚大招,彰显了言出必行的决心。3月15日,市场监管总局出台《网络交易监督管理办法》,提出“直播带货”视频至少保存三年、设置个人信息保护专门条款、严禁平台强制“二选一”等举措,大招不少,极具针对性。

应该明晰,强监管不是为了限制平台经济发展,也不会抑制市场主体的活力。规范是为了更好地发展。用明规则替换潜规则,平台经济才能行稳致远、持续发展,才能让更多人共享时代和科技红利。

年轻人追主旋律剧带来的启示

□毛建国

最近,《觉醒年代》这部剧火了,这部讲党史的主旋律正剧,豆瓣评分9.0;优酷站内数据显示,在该剧发布弹幕的人群中,90后、95后的占比是全站基准值的1.6倍。这不是个例。近来吸引这届年轻观众的,还有讲扶贫的《山海情》《江山如此多娇》,讲行业的《巡回检察组》《暴风眼》……主旋律剧从来没有像今天这样青春过。

(3月16日《中国青年报》)

主旋律剧一直都有,而且在很多时间内都是荧屏上的绝对主角,只不过在一个时期,它不那么吃香了,甚至受到了冷遇,我们的荧屏上大量充斥着神剧、雷剧、口水剧、八卦剧。更加不可思议的是,有那么一段时间主旋律遇到了排斥,很多影视从业者不仅不愿意拍摄,甚至给其贴上了生硬、落伍、没有市场的标签。

主旋律剧到底有没有市场,必须回到人的审美需求上来。24字的社会主义核心价

值观,不仅是中国人传统价值和道德准则的精准概括,而且也是中国人从历史上形成的一种审美取向。社会主义核心价值观所反映的家国情怀、人性美好,代表着中国人一种最朴素的情感,对社会和生活的一种最真诚向往,体现着最底层的精神文化生活需求。它符合人的本质需求,自然就会有自己的市场,会拥有最大的市场。

一段时间以来,影视剧市场出现了商业剧说法,更多强调满足大众市场需求,尊重市场规律,讲播传播技巧。主旋律剧和商业剧并不是对立关系,甚至都不是两种剧。主旋律剧同样需要流量、需要传播,如果没有市场、没有广泛认可,那么主旋律也就变成了自娱自乐的游戏。而商业剧也要有自己的核心价值,如果在价值观上出现了偏差,必然会折戟沉沙,被市场大浪拍倒在沙滩上。

在荧屏上,很多作品都是既有正能量也有大流量。且不说《觉醒年代》《山海情》《江山如此多娇》《巡回检察组》《暴风眼》等

新剧,就拿老剧《亮剑》来说,这么一部战争题材作品,每次重播都能掀起追剧热潮。《亮剑》是什么?当然是正能量,而就大流量而言,又有几部剧,包括那些所谓大制作、大量使用流量明星的商业片,能够望其项背?再拿《贫嘴张大民的幸福生活》《媳妇的美好时代》等来说,反映了和谐美好的家庭关系,同样有着巨大的商业价值。与此同时,市场上也有太多的商业剧,既没有口碑,也没有金杯。

《觉醒年代》也是市场的觉醒,它的热播和受到年轻人追捧,充分说明主旋律剧有着巨大的市场空间。当然,正能量不能走向面目可憎,依然需要尊重艺术、尊重市场。但要相信,只要创作者有操守,观众有审美,在创作者与观众的双向互动中,主旋律剧就会赢得观众。对于创作者来说,千万不要低估当下年轻人的接受能力,千万不要以为当下年轻人不喜欢、不接受家国情怀。其关键就在于,能不能生产出高品质的作品,而不是以主旋律为能力危机和本领恐慌找理由。

智能电视不应给人“低能”体验

□汪昌莲

近日,南都记者对市面在售的15个主流品牌智能电视开机广告设置进行调查发现,除索尼、松下、三星、LG明确表示无开机广告外,其余11个品牌智能电视均含有内置开机广告,广告最长30秒。智能电视正在加速替代传统电视,如影随形的开机广告也引发消费者不满,被诟病为甩不掉的“牛皮癣”。

(3月16日《南方都市报》)

开机广告是近年来随互联网电视发展而出现的新商业模式,在销售电视硬件不赚钱的背景下,开机广告成为当下电视厂商重要的利润来源。换言之,开机广告已经成为OTT行业最大的商业模式,目前国内智能用户前三的海信、创维、TCL,每年仅此一项的广告营收都在数十亿左右。特别是,包括小米、乐视、暴风、OK电

视在内的部分互联网公司,为了抢占电视市场,依靠低价吸引消费者购买,通过开机广告或者提供其他增值服务来盈利,带来的结果却是整个行业的利润率越来越薄。

问题是,互联网广告不能强制消费者收看。智能电视的开机广告,属于《广告法》第44条规定的互联网广告范畴。在使用互联网服务时,广告页面自动弹出,应该标有显著标识,确保可一键关闭,不能强制用户观看开机广告。而许多互联网电视品牌,在其商品的详情介绍页面中,没有明确标明该电视开机时带有广告,且其开机广告无法取消,这种做法明显违反《广告法》前述规定。具体来讲,智能电视厂商销售时未告知开机广告,侵害了消费者知情权;未能提供开机广告一键关闭功能,侵害了消费者选择权;智能电视开机广告不能自

主关闭,侵害了消费者公平交易权。

可见,开机广告成“牛皮癣”,智能电视不应给人“低能”体验。首先,既然强制消费者收看开机广告是一种违法行为,有关部门就不能放任不管,应出台针对性规定,从源头上清除这种影响生活品质的“牛皮癣”。同时,电视企业应主动摒弃开机广告商业模式,在产品功能和售后服务等方面获得消费者认同,回归硬件盈利的商业模式。退一步讲,即使电视企业仍然自带开机广告,但应该给消费者知情权和选择权,让消费者能够自主设置是否观看开机广告,不能强制用户收看。这就要求,互联网电视如果植入开机广告,应当显著标明关闭标志,确保一键关闭。同时,如果有用户确实不需要开机广告,可通过售后服务,维修人员上门直接取消开机广告。



观点

1+1

举报家暴是见义勇为

今年3月常州市妇联、常州市见义勇为基金会联合出台《关于给举报家暴及侵害未成年人违法行为的人员实施见义勇为奖励的通知》(以下简称《通知》),在江苏省率先将“举报家暴和侵害未成年人违法行为”纳入见义勇为的奖励范畴,鼓励全社会发现、报告家暴行为和侵害未成年人权益等违法行为。

(3月16日《中国妇女报》)

凝聚反家暴合力

□戴先任

举报家暴行为纳入见义勇为奖励范畴,既是对义举的激励也是一种“赋责”。这样有利于对家暴的治理,还有利于保护举报者,给举报者撑腰,同时也有助于公众更好认清家暴的真面目,包括受害者及施暴者都能更好认清家暴,有助于帮助受害者远离家暴。

常州的《通知》规定,对具备下列条件之一的广大人民群众可给予奖励:发现并报告妇女及未成年人面临不法侵害危险,经公安机关查实,进行及时干预避免违法犯罪行为发生的。发现并报告社交网站、网络游戏、网络发布视频及文字,报刊图书、音像制品、电子出版物、网络出版物等存在严重侵害未成年人身心健康内容,被依法查处的。发现并报告妇女及未成年人遭受不法侵害,协助公安机关查破卖淫嫖娼、赌博、吸贩毒品、拐卖妇女儿童等案件的。

这样的规定很有必要,有利于对家暴行为实施全面“封剿”。举报家暴行为纳入见义勇为奖励范畴,这样的做法值得各地借鉴。这样的举措,有利于凝聚起反家暴的合力,让家暴真正成为人人喊打的“过街老鼠”,让反家庭暴力能够成为社会共识,做到“全民参与”,这样家暴阴影才可能远离法治社会,反家暴才能取得最终胜利。

彰显文明进步

□斯涵涵

常州市将“举报家暴行为纳入见义勇为奖励范畴”,是希望借助外部的力量、法治的力量将受害人从家暴的泥潭救助出来,有助于树立全方位反对家暴的法律目标,提高基层工作中对家暴报警的重视程度,纠正“家务事”的错误思想,有效发挥公安、法院、街道社区等在内的联动机制作用,及时发现家暴苗头、更好地预防家暴事件发生。

去年5月,最高检等9部门共同建立侵害未成年人案件强制报告制度,性侵、虐待、欺凌、遗弃、拐卖等九类未成年人遭受不法侵害情形,有关单位和个人须立即报告。而对于没有强制报告义务的普通民众而言,举报家暴可以算作是“见义勇为”,这是对强制报告制度的有效延伸,也是见义勇为精神的大幅拓展,可以大大提升普通人制止家暴违法行为的勇气与正义感,有利于及时呵护弱势群体,并形成群防群治的威慑力,营造扶弱抑强、向家暴说“不”的社会氛围。

让“见义勇为”为“反对家暴”撑腰,“举报家暴行为纳入见义勇为奖励范畴”彰显文明进步,我们希望类似良策在实践中不断推广、完善,杜绝美丽、娇弱的生命因为家暴而凋零,惩恶扬善,维护社会公平正义。