

注册纸“断供” 实为作风病发作

■ 杜才云 职员

针对长达半年的商标注册用纸断供事件，工商总局昨天在巡视整改通报中表示，就此对9名相关干部进行了问责，并及时调整了相关司局领导班子。(8月28日中国青年网)

从去年8月21日起，到今年4月初，有企业半年拿不到一张商标注册证，更有多家商标代理机构表示往后就再也办不下来一张商标注册证，据报道，原因是国家工商总局某司采购环节手续繁琐、部门衔接不畅。而用了半年时间都没有采购到，实在令人匪夷所思，其办事效率低到实在令人不敢恭维的地步。

企业商标注册用纸，其用处在于标明企业注册，可以正式进入运营状态；缺了这张纸，经商、办企业、吸纳就业、创税创汇“啥都搞不成”。这张注册用纸的重要性不言而喻。“万事俱备，只欠东风”。企业注册前的各

项准备工作都已做好，只等工商部门验证，发一纸注册用书就成，结果半年都没有搞定。这半年的苦等，这些准企业的损失不只是时间、金钱。

按照工商部门有关注册工作流程，企业注册的一系列事情办下来，也不会超过10天。凡是超过了10天的办结期限，办证客户可对办证机关进行行政效能投诉。超过半年时间没有办结的，且发生在国家相关重要的市场管理部门，在当前的情况下，发生这种情况太少见，也太离谱了。

鲁迅先生说过，“浪费时间，就是在谋财害命”。行政效率，是国家规定的工作效率，把10天的注册办证时间延长到半年，就算采购环节手续特别繁琐、部门衔接特别不畅、制作起来特别麻烦、运输起来特别远、工商总局的门特别难找，也不至于需要耗时半年之久。相信，工商总局相关司局人员耗得起这个时间，但是企业耗不起、群众等不起。

有一种病，叫做“抽风病”，得了此病之

人，手脚麻木，不能做事。说白了，半年没有拿到注册纸，没有为企业注册，与得了“抽风病”别无二致。这不只是采购环节手续繁琐、部门衔接特别不畅的问题，而是作风“抽风病”发作后“久治不愈”的恶果。

从实际操作的层面来看，相关司局人员的懒散、不善于沟通、不勤奋以及分管领导对工作的懈怠和不闻不问才是真正的“病灶”；从灵魂深处来看，更是宗旨观念出了问题，官僚主义“间歇性发作”，对党中央国务院的要求“不当回事”。因此，工商总局因注册用纸“断供”一事，被巡视组责令整改，有9人被问责、相关司局班子被调整绝对不冤枉。

猛药去沉疴。对于部门及干部得了这样的“作风重病”，应该用问责的“猛药”，才能将有关部门“患重病”人员的“病灶”除去，才能还他们以健康的思想、勤奋的双手、为民的理念。

“一张纸，九人被问责”，像一声声洪亮的警钟，对于部门、社会、干部具有很高的警示

价值。

其一，不作为、慢作为的“无为而治”是一种“谋国殃企”的懒政思维，必须下大力气给予纠正；其二，企业如果遇到这种“极度拖沓”的慢作为现象，应及时举报，用民众的呼声督促部门改进作风；其三，效能部门要主动作为，及时受理相关举报，督办整改相关问题，督促国家相关部门保持高效的行政效率；其四，各级行政监察部门应当好“啄木鸟”，对工商部门这样的“大树”要及时出手“捉懒虫”，“杀鸡吓猴”；其五，作为人民公仆，不管身处何部门、何层级、何职务，都应该一心为公、勤政务实、减少内耗、加强协作，为群众多办实事、多办好事、快办好事，才对得起纳税人缴纳的税金，否则，将被有关部门追究，“把饭碗敲脱很大个缺”，甚至“丢饭碗”；其六，主管部门要管好下属、大力提高行政效能，不要“老等”着纪检监察部门、巡视巡察组织来纠偏纠错，否则被问责、追责、挨批、挨板子是咎由自取，而影响了政府形象事情就更大了。

传统出租车能否接好滴滴的“绣球”

■ 邓海建 媒体人

8月31日，滴滴出行宣布，已同北上广深杭等十余个城市的近五十家出租车企业达成战略合作，将携手在智能派单、流量融合等方面展开探索，升级出租车行业运营管理模式，加快推动出租车行业转型升级，共同提高司机收入和运营效率，提升乘客出行体验。(9月1日《深圳晚报》)

在网约车新政的地方版呼之难出的当下，滴滴对传统出租车企业抛出橄榄枝且“深度合作”——这给似乎没有太多想象空间的中国互联网出行市场，制造了新一波的话题涟漪。网约车们的小目标，当然不只是“1个亿”，更在于如何在“界面不太友好”的变革关系中，真正找到无偏见、无最惠待遇的市场共识。因此，尽管传统出租车及地方运管一直将之视为“心头刺”，但滴滴们对“友商”的态度，友好得不只是一点点。

在商言商，爱恨皆关乎利益。网约车准生证落地后，如何在市场的战场披荆斩棘，并不是政策绿卡能解决的问题。今年7月底，《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》和《关于深化改革推进出租汽车行业健康发展的指导意见》两个方案同时发布。后者对出租车行业深化改革进行了顶层设计和制度安排，鼓励促进互联网与出租汽车的融合发展。如果说媒体融合是大势所趋，那么，互联网技术与出行行业的联姻，更是板上钉钉。眼下，滴滴主动抛“绣球”，不是零和博弈，而是多赢之策。对网约车公司来说，或能更快站稳脚跟，将数据与流量、技术与管理兑现为市场优势；对于传统出租车来说，省却了“大不了重头再来”的荒唐，行政做不好的事情，交给市场或更有效率。这些年过去，北京的飞嘀打车、上海的大众出行、广州的如约平台……全国20多个叫车平台今安在？历史早就证明，放下身段、降低姿态，以平等市场主体的身份与网约车并肩前行，可能比执拗顽固地另起炉灶更省力省心。

所谓合作，自然是情我愿。对于不得不改的传统出租车来说，当明白的现实无非两个：一是网约车作为模式，渗透与融合是“命中注定”的事。回头看看，早在2014年时，已经有80%的出租车司机进行线上接单了。而来自测试的数据显示：相较“抢单模式”，网约车“智能派单”模式下，参与测试的出租车司机时薪最高提升了50%，空驶率最多降低了36%。而“流量融合”后，参与测试的出租车司机平均流水上升14%，空驶率平均下降18%。不管你信不信，反正网约车颠覆了低效而纠葛的传统出租车业态。

二是网约车作为企业，收购或不收购传统出租车，都挡不住行业改革的“大风起兮”。融合的过程，肯定有博弈、有角力，就眼下制度设计的态度来看，结果也许并不取决于滴滴等网约车公司的生存路径选择，而最终取决于传统出租车主动作为的觉醒力。如果传统出租车“掌舵者”依然看不到互联网技术、计算方法、平台大数据和运营管理思路的核心价值，那么，就算把滴滴平台转赠给传统出租车，结果恐怕也只会如各大城市里的公共自行车一样被“玩死”。

传统出租车会接好滴滴的“绣球”吗？这个问题不仅拷问着胸襟与气度，更考验着思维与智慧。有一点是肯定的，滴滴等网约车下什么棋并不重要，重要的是大幕已启的中国传统出租车改革，千万再不能闭门造“车”！

消费品标准升级只是写打了一个逗号

■ 舒圣祥 媒体评论员

日前通过审议的《消费品标准和质量提升规划(2016—2020年)》提出，到2020年，消费品标准供给基本满足日益增长的消费需求，重点领域消费品质达到或接近国际先进水平，企业质量发展内生动力持续增强，知名消费品品牌价值大幅提升。该《规划》的出台旨在以先进标准引领消费品质提升，倒逼装备制造转型升级，改善供给质量激活消费需求。(8月27日新华网)

无论是出国海淘的大包小包，还是网上海淘的海量包裹，近年来越发凸显出一个趋势，那就是：这些东西并非国内无法生产的消费品，往往也没有什么特高的科技含量，无非是一些常见的普通消费品。无论是奶粉尿布，还是电饭煲马桶盖，所谓“进口的”，在国人眼里都是品质的保障，而所谓“国产的”，相形之下都是劣质的标志。

这样的“消费偏见”，被商家大量利用并刻意强化，这对那些高品质的国产消费品而言，当然是很不公平的扭曲竞争；而对国内消费者来说，也花了很多不必要的冤枉钱。标准的缺失和落后，更让很多国外品牌，有了充分的借口歧视中国消费者，比如之前的宜家召回事件，拒绝在中国召回问题产品的理由，就是符合中国标准。

国内标准的问题在食品领域表现尤为突出：一是标准的滞后和缺失，每曝出一个新化学名词，十有八九是没标准的；二是标准的松宽和低劣，国外认为存在安全隐患，却又符合国家标准的事情，几乎已成常态。宽泛落后的标准，已形成“洼地效应”，不仅一些在国外被认定“不合格”的洋食品堂而皇之进入，国货更是“一流产品出口、二流产品内销”。

数据显示，多年以来我国食品出口合格率均保持在99.8%以上。生产技术落后、只能生产低安全标准的食物，根本不是我们的“特殊国情”。恰恰相反，正因为标准长期不能“与国际接轨”，客观上造成了“一流产品出口、二流产品内销”。比如，供港富余食品内销，居然也被认为是一种“福利”，实在令人感到悲哀。

在此背景下，《消费品标准和质量提升规划(2016—2020年)》提出，力争到2020年实现重点领域主要消费品国际标准一致性程度提升到95%以上，无疑是令人兴奋的。标准实施可望不再有内销、外销产品的区分，生产线、标准、质量的统一，让人充满期待。

消费品标准“与国际接轨”，一方面满足的是国内消费者日益增长的品质需求，另一面满足的也是竞争日益激烈的市场需求。对很多国内消费者来说，稍有条件都会更加追求品质，如果“国产的”始终撕不掉劣质的标签，必然会更多选择“进口的”消费品，哪怕要为此付出更高的价格。

在婴幼儿消费品方面，进口商品与国外品牌占比非常高，因为人们普遍更加重视婴幼儿消费品的质量；但这显然只是一个开始，随着生活条件的进一步改善，会进一步扩散到更多的消费品领域。如果国产消费品始终不能提升标准和质量，必然会在激烈的竞争中被消费者抛弃。所谓“民族品牌”的大旗，已经不能忽悠理性的消费者了。

所以，消费品标准和质量的提升，是留住消费者必需的前提条件。只不过，有了更高的标准还只是打了一个逗号，接下来，我们还需要有更严格的监管，与此同时，也要以更开放的态度，保护海淘电子商务等市场竞争。高品质的消费品，是生产出来的，也是监管出来的，更是竞争出来的。更先进的标准是一种底线约束，更严格的监管是一种制度保障，更激烈的竞争则是一种倒逼机制。

遏制“票房造假” 不能光给院线开罚单

■ 薛家明 时评人

“票房造假”“偷票房”被视为当前电影业的毒瘤之一。29日，全国人大常委会二审电影产业促进法草案，新增条款“不得采取制造虚假交易、虚报瞒报销售收入等不正当手段，扰乱电影市场秩序”。电影院如果“偷漏瞒报票房”，未如实统计销售收入，处5万元以上50万元以下罚款。(8月29日《新京报》)

所谓的“票房造假”，就是做多票房，制造大热的假象，然后利用公众的从众心理，吸引更多的人观看电影。而“偷票房”就是做少票房。电影院利用手工票、无票入场、恶意退票、修改系统参数等手段，将电影票房据为己有。事实上，无论是做多，还是“偷票房”，都是在干扰乱电影市场秩序，对之严惩是应有之义。

《电影产业促进法草案》规定：未如实统

计销售收入，处5万元以上50万元以下罚款。这无疑迈出了惩戒票房造假的第一步。但惩罚的手段和力度，却让人不敢恭维。一则，发行方和院线合伙吹大票房，幕后元凶是发行方，向院线派罚单，对发行方就像是“隔山打牛”，效力有限。二则，对“票房造假”的罚款范围是5万到50万元。而相较于院线上百万的收入，电影动辄上亿的票房，如九牛一毛，很难起到打痛并“以儆效尤”的效果。

由于信息不对称，很多烂片在“票房造假”的包装下，一片大热，观众现场观看，才知道上当悔之晚矣。而“偷票房”不过是发行方和院线二次分配的窝里斗，更多涉及分配秩序。由此可见，相较于院线“偷票房”，“票房造假”对电影市场秩序的干扰更大。而发行者作为“票房造假”的元凶，未在惩戒名单之中，显然是不恰当的。

虚拟运营商背不起电信诈骗黑锅

■ 盛翔 注册会计师

日前某手机管家软件发布的调查数据显示，近期的恶意指骗短信中，44%来自170/171号段。近期，虚拟运营商170/171号段电信诈骗频发的问题引发社会高度关注。对此，工信部已经出手整治，要求170/171号段要完成实名制补登记工作。公开数据显示，截至目前，获牌照的虚拟运营商中有39家正式放号，总用户超过2000万。(8月27日新华网)

因接连发生学生因遭遇电信诈骗离世惨剧，电信诈骗被推至聚光灯下。矛头所向，靶心之一，是诈骗者常用的170/171号段，以及其背后的虚拟运营商。

本次徐玉玉事件的诈骗号码，就是来自虚拟运营商远特通信，只不过，该号码已经实名制登记并通过了工信部审核。尽管如此，虚拟运营商不靠谱的舆论印象仍被坐实，这被解读为“市场的失灵”。可以肯定，针对虚拟运营商的监管将会更加趋严。

虚拟运营商最早于1999年在英国推出，目的是为了促进通信业竞争，防止寡头联手垄断市场和勾结定价。2013年12月底，我国工信部发放了首批移动通信转售业务（俗称“虚拟运营”）试点批文。这被看作是“一次电信业重大变革”，因为民营资本，首次真正进入国有垄断行业。

当年的媒体报道，常有“颠覆运营商”之类用词，“某运营商高管跳槽虚拟运营商”之



类消息更是不断曝出，似乎三大运营商的溃败无可挽回，而民间资本和互联网思维，将再次“重塑”一个行业。

彼时，虚拟运营商被贴上了“鲶鱼”标签，寄望其能激活电信运营市场；虚拟运营商推出的零月租、无漫游、流量不清零等新资费模式，也的确促使基础运营商做出了一些改变。但就整体而言，大部分虚拟运营商均发展不佳。不过短短的时间，舆论的标签已经换成了“骗子”。

客观评价，虚拟运营商实名制做得确实不够好，即便实名制登记了也往往名不副实，还有很多电话卡在售出之前，就已经完成了实名制绑定，此类“养卡”潜规则，让实名制陷入空悬状态。但是不妨想想，电信诈骗是这两年才开始

出现的吗？虚拟运营商出现之前，未必就没有电信诈骗？还有，经常从国外遣返的那些跨国电信诈骗，用的也是国内虚拟运营商的号？

笔者无意为虚拟运营商洗白，只是想强调一个事实，虚拟运营商不足以背下全部的黑锅。如果我们对徐玉玉事件的反思，仅限于虚拟运营商的实名制不到位，对电信诈骗几乎可以说将会毫无无损。比如个人信息泄露，这让骗子可以实施精准诈骗。还有，金融系统是怎样被电信诈骗顺畅嫁接的？

现在的虚拟运营商，说白了，就是实体运营商的代理商，它们从三大基础运营商那里承包一部分通讯网络使用权，然后通过自己的计费系统、客服号、营销和管理体系把通信服务卖给消费者。无论是资费价格还是号码资源，皆严重受制于基础运营商。

虚拟运营商和基础运营商，一方面是代理关系，另一方面又是竞争关系。只要基础运营商下降资费，虚拟运营商就要“批零倒挂”，拿到的批发价甚至比对方的零售价还要高。所以，这根本谈不上真正的市场竞争，更谈不上所谓的“市场失灵”。

只能做跟随者的虚拟运营商要想活下去，很可能会往“乱”字上求歪招，这是一个恶性循环。虽然虚拟运营商都赔哭了，但因为被定义成了“骗子”，所以取消虚拟运营商的声音，不绝于耳。乱象之下，认为只要干掉虚拟运营商就能消除电信诈骗，未免天真；但是，挣扎在死亡边缘的虚拟运营商，未来将如何走下去，确实是值得研究的课题。

正视“大京九”20年的深远意义

■ 王路路 国企职工

“京九铁路开通那天真的是人山人海”，扎根京九铁路20年的南昌铁路局赣州车务段副段长刘小平，向记者回忆起1996年9月1日京九铁路通车的场景时颇为激动。(8月31日中国青年网)

大京九，从首都北京到香港九龙，1996年建成开通。人们曾经把它形象地比喻为又一条贯通大江南北的大干线，似一条钢铁巨龙在神州腾起。站在中国的版图前，我们还可以清晰地看到：中国的沿海宛如一张弓，长江似箭，京九铁路又像一根道劲的弦，正蓄势待发。这张弓上镶嵌着我国改革开放的新果实——一座座迅速崛起的沿海大中城市。而在这根弦上，除了北端的京津和南端的深港外，几乎全是内陆欠发达甚至贫困的革命老区。其中南昌铁路局所管辖的江西段占了全线近三分之一。

2016年9月1日，京九铁路迎来了第20个生日。翻开历史、回眸过去，便不难发现这短短20年的变化绝不仅仅是一两本书、一

两部电视剧就能说得清、讲得透的。兴许对于其他地区的老百姓来说，的确没什么变化可言，可沿线的受益者则有着充分的理由和亲身感悟来为它的辉煌点赞，到底为什么？这是浓缩了国民经济的发展之路、全国路网规划的骨架、以及沿线人民文明和富裕的和谐之路。

建设京九铁路是党中央、国务院高瞻远瞩，从国民经济的全局出发，贯彻“抓住机遇，加快发展”的战略方针所做出的一项重大决策。1996年京九线投入使用以来，南昌铁路局对京九线高度重视，不断提高京九线的现代化水平，满足经济社会发展的需要。有数据显示，京九线1996年至2006年更改投资共约325742万元。项目包括京九线向塘西至定南自闭改造，提速小半径曲线改造；提速区段封闭栅栏；道口平改立；曲线改造；购置大养相关设备；四显示自动闭塞改造等。投入也收到了奇效。随着市场经济的发展，外出务工流、旅游客流的增长，加上南昌局进行有效的客运组织，适当增开临客，使得南昌局管内京九线旅客发送量保持



平稳快速增长。

京九线建成以前，从北京到广东南部2400公里的距离中，东西方向的铁路有10条，其中双线铁路有6条。而南北方向上只有京广、京沪两条。京九线建成后，形成了三线(京广、京九、京沪)呼应穿南北的态势。它北端通过北京、天津枢纽，与京山、京原、京泰、京包等主要干线相连，通往华北、东北地区，与环渤海经济区融为一体，与东北亚市场直接沟通；中间与石德、新荷、陇海、阜淮、浙赣、赣龙等线交会，可与我国东西部地区沟通；南接广梅汕、广深等铁路干线，连通广东、广西，并通过津霸、麻武、武九、合九等联络线分别与京广、京沪铁路相通，使铁路干线纵横交错，十字路口一个接一个，从而形成贯通南北、四通八达、缩短相关城市间距的鱼骨形交通网络，使我国铁路网的布局更加完善合理，铁路运输的机动性大为增强。

最后，京九铁路的开通，给江西境内沿线的经济发展带来历史机遇，对带动城市化进程和企业快速成长作用显著。尤其在近几年，江西在“中部地区率先崛起”发展战略引导下，围绕京九铁路展开全省性生产力布局调整，加强了能源、交通、邮电、水利等基础设施和工业开发区建设，丰城电厂、九江机场、赣州机场、南昌机场、九江化肥厂等重点项目都摆在京九沿线，沿线26个市县已初步形成若干个特色创汇农业。

回望千里大京九，蒙尘抒写名五洲。20年的巨变已经记录在册，然而由此所催生的社会、经济、民生效应却是无法估量的，随着铁路跨越式发展，京九高铁的加快推进，江西无论是在“对接珠三角，融入全球化”的战略上，还是在“泛珠三角”的战略上，都备受期待。