

“双11”中的创新精神宜提倡

□新华

摘要 | “双11”犹如一扇窗,展示出电商对实体经济以及创业创新的带动能力。要想不断拓展网络经济空间,还需要政策引导产业发展,立法保障市场规范。

又是一年“双11”!从创造一个消费时点到逐步演变成一种商业消费模式,“双11”既是成功的创业实践,又彰显出宝贵的创新精神。在“大众创业、万众创新”战略中,让“双11”孕育的创新精神延续、升华,对培育健康市场环境、做大消费、拉动发展作用巨大。

“双11”从无到有,直至成为“购物狂欢节”,其发展历程,本就是创新精神和创业实践的产物。背后是电子商务的蓬勃发展以及“互联网+”概念的兴起,它深刻改变了传统商业模式和消费习惯,成为消费增长的新动力。

数据显示,今年上半年,我国网购用户已有4亿多,网络零售市场交易规模超1.6万亿

元,占社会商品零售总额的11.4%。在经济面临下行压力的背景下,电子商务无疑交出了一份亮眼的答卷。

“双11”的兴起,同样助推营销、物流、互联网金融等行业的创新。以物流业为例,短时间内巨大的网购规模,倒逼行业的发展与变革。过去4年里,中国快递业年均增幅在50%以上,今年继续保持高速增长态势。如此庞大的物流体系,决定了快递业不能再用传统的方式去送货,必须不断创新,通过大数据的连接和社会化协同来进一步提升效率。

作为经济新动力的代表,随着发展的深入,电子商务存在的问题也日益凸显。以“双11”为例,先提价后打折、有价无货、刷单等问

题,已成为消费痛点,而对这些痛点的“诊疗”也蕴藏着创新创业的新机遇。

“十三五”规划建议提出:“拓展网络经济空间。实施‘互联网+’行动计划,发展物联网技术和应用,发展分享经济,促进互联网和经济社会融合发展。”这将为更多创业者提供施展才华的舞台。

“双11”犹如一扇窗,展示出电商对实体经济以及创业创新的带动能力。要想不断拓展网络经济空间,还需要政策引导产业发展,立法保障市场规范。走过7年的“双11”,与其争论是否能延续一日消费的奇迹,还不如多想想如何让它所孕育的创业创新精神发扬光大。

@微博

出租车与专车如何才能共存

据媒体报道,11月9日,关于出租车改革的公开意见征集正式结束。据交通运输部介绍,大多数意见认为,目前私家车利用互联网从事所谓的专车服务就是非法运营,应当严厉打击;目前“专车”平台非法经营、不承担责任和风险、扰乱市场,应当立即关闭平台,取缔“专车”。不过,交通运输部昨天称,“征集意见工作到11月9日24时截止,不可能立刻得出结论”。

@傅蔚冈(交通运输部座谈专家):专车和我有什么利益?从一个消费者的角度,尤其是一个在不同城市出差的人而言,我会考虑我的出行成本能不能降低,我获得的服务会不会更好。

@五岳散人:我还是这句话,官方对于专车的仇恨来源于两方面:利益与管理的冲突,简单来说就是社会自组织之后利益的失落与存在感的丧失。

@王志安:专车意见稿征询意见没多大效果,普通人不太关注,利益受损方更愿意参与,但是,你不能依照利益受损者的声音制定政策吧?要我看,在专车没有出现明显问题之前,政府不适合出台太积极的管理措施。目前,专车唯一伤害的群体,就是出租车公司,但他们过去本就赚了太多不该赚的钱,伤害下怕啥?

@张效羽:中国打车难等原因是这么产生的,因为似乎事关老百姓日常生活,一定要价格管制,因为价格管制,必须辅之政府补贴,因为政府补贴,必须数量控制加严格市场准入,最后形成牌照持有集团既得利益和市场准入审批者既得利益,尾大不掉,人为导致供给短缺。要改,一群人说不行。

@财上海:专车不是创新,而是绕开了税费。神州专车的费用,高于出租车,由于增加了车辆供应,导致叫出租车容易了。其实,出租车供应翻倍,份子钱减半,就没有专车什么事情了。淘宝也是同理,少了税费。专车的作用应该是倒逼出租车改革。

王军(交通运输部座谈专家):如果非用偷窃之类的行为作比,就是传统出租车特许经营体制原先抢走了本属于民众的蛋糕,现在仍然不准打架取回来。这个“蛋糕”就是民众的出行方式选择权、劳动和经营自主权。

漫活



“大胃口”

一个小小的社区主任,在土地开发过程中,向开发商索贿单笔达5000万元;因两委会班子有不同意见,他便唆使开发商“用钱开路”,给每个班子成员行贿30万元,最终

促成“一致通过”。西安市雁塔区纪委近日查办的东滩社区干部腐败窝案,令一个由社区主任主导的“腐败同盟”浮出水面。

新华社发

热议

世奢会终审败诉,为舆论监督树立标杆

□南都

摘要 | 对自愿进入公共视野,借助媒体宣传在公众中获取知名度,影响社会意见的形成、社会成员的言行并因此获利的主体,一般社会公众对其来历、背景、幕后情况享有知情权,而媒体有正当进行媒体监督和新闻批评的权利。部分用语尖锐,正是批评性文章的特点,不应因此否定记者写作目的的正当性。

这是一份不寻常的判决书。11月9日,备受关注的世奢会(北京)商业管理有限公司与多家媒体及其从业人员系列名誉权纠纷案件,在北京市第三中级人民法院二审宣判。法院认定相关媒体的报道具备事实依据,驳回了世奢会的所有诉讼请求,并指出新闻媒体有正当进行舆论监督和新闻批评的权利。

一份判决书得以在社交媒体上刷屏,判决书对媒体监督、新闻批评与恶意侵权之间的关系进行了详尽的法理辨析,其中多个段落的论述被频繁引用,足见一份有说服力、专业性的司法判决,其传播本身就担负起了普法的使命。回看这桩一度闹得沸沸扬扬的公案,其中所涉及,不仅是各诉讼参与主体的权益与主张,更有新闻媒体在从事职业活动过程中所遭遇的现实与处境的不堪,好在一份掷地有声的司法判决,为公众申明言论权利与媒体监督的宪法属性。

2013年4月15日,世界奢侈品协会、世

奢会北京公司、首席代表欧阳坤,分别涉嫌侵害名誉权的《南方周末》和《新京报》及其网站告上法院,要求相关媒体在上述媒体第一版公开进行赔礼道歉。诉讼所针对的,是2012年6月《南方周末》《新京报》先后刊发的多篇调查报道,指世奢会为“皮包公司”。因为媒体报道而产生名誉权纠纷,在现代社会并不鲜见,本案之所以备受关注,还因为涉事记者因职务行为而遭遇了一场来路不明、程序诡异的损害商业信誉罪的刑事调查。

这份判决书用相当篇幅,辨析和厘清了一些非常重要的问题,比如如何看待批评报道?揭露式的媒体报道,难免有被曝光、被揭露的对象,刊发被报道对象不想让公众获知的内容,对被报道对象持有揭露和批评的态度,是否就可以被视为法律意义上的“恶意”?正如判决书中所言,“对自愿进入公共视野,借助媒体宣传在公众中获取知名度,影响社会意见的形成、社会成员的言行并因

此获利的主体,一般社会公众对其来历、背景、幕后情况享有知情权”,而媒体有正当进行媒体监督和新闻批评的权利,并不是但凡批评报道、负面新闻,就径自被认定为恶意,对媒体报道的动机指控,需要有确凿证据,而不能简单推断。

“新闻媒体有权利亦有责任对其进行批评监督,争议文章通过记者调查,引用多方意见,参与对世奢会现象的关注和讨论,是行使媒体舆论监督权的行为。不可否认,文章整体基调是批评的,部分用语尖锐,但这正是批评性文章的特点,不应因此否定记者写作目的的正当性。”细细去读这份判决书的论述,会发现,不仅是对具体案件事实、证据进行了查证和判断,更为重要的是,司法权对“批评性文章的特点”所持的态度,判决认为不能因文章本身的批评态度而否定媒体从业者写作的正当性。批评性报道、观点有其存在的必要性和社会公共价值,不能因为被批评者的不满而直接否认批评的正当。

媒体监督和报道权利的正当性,通过司法判决的方式予以确认,即便是在非判例法国家也具有超出个案的价值。司法作为社会秩序、规则信守的底线,其对新闻监督的社会属性尤其是批评性报道、言论的公共价值,应当有非常明确且符合宪法法律的专业判断。而这样的专业司法裁量,通过对证据的甄别、对事实的查证,不仅在于对司法案要有能力做出符合事实和法律的判决,还要能通过司法裁量来充分保障和维护媒体的新闻报道权利。有报道便不可避免存在争议,而大部分新闻侵权纠纷的解决,通过民事诉讼的方式便足以完成,纠纷交付司法,司法要有能力充分独立、专业地依法裁量。

一桩风云报案,几年争论不休,而今终得司法的公正裁量,个案细节的错综复杂之外,是司法借由判决对媒体报道与新闻监督的确权。司法在保障新闻报道权利、维护公民知情权上有所作为,诚为社会之幸。