

让“硬科技”更“硬气”

■申言

时事聚焦

一座城市的创新策源力,很大程度上体现在是否拿得出关键核心技术,是否有能引领技术和产业革命浪潮的企业。当下流行的一个评判方式,就是要看有没有足够多的“硬科技”企业。

硬科技是指以光电芯片、人工智能、航空航天、生物技术、新材料、新能源、智能制造等为代表的高精尖科技,带动引领作用极大。但前沿性往往伴随着高风险,尖端技术的研发、转化本身也有成本和周期,不会很快“变现”,也就往往缺少足够的资本支持。

习近平总书记在上海考察时强调,设立科创板并试点注册制要坚守

定位,提高上市公司质量,支持和鼓励“硬科技”企业上市。这一要求,道出了科创板设立的“初衷”,也点出了上海建设科创中心、提升创新策源力的一个关键。

上海是金融资源最集聚的地方之一,但有的科创企业却感到,高度集聚的金融资源与企业相距很远。提升创新策源能力,很重要的一件事,就是在金融和科创之间架起桥梁,为真正具有创新能力和潜力的“硬科技”企业注入动力,让他们在技术上更加“硬核”,在发展上更加“硬气”。

这就需要建立更为完善的生态体系,加大投入支持的力度和精准度。上海已将集成电路、人工智能、生物医药、航空航天、新能源汽车等作为产业发展的重点领域,对这些方面应集中力度、加大投入。特别是对

这些领域的成长型企业,要主动服务、精准扶持。一方面要畅通企业同金融机构、投资机构之间的对接渠道,并通过各类平台载体,孵化更多优质企业;另一方面也要体现政府引导基金的鼓励作用,关键时刻该出手就应出手,既要“锦上添花”,更要“雪中送炭”。

鼓励“硬科技”企业,也是在全社会倡导一种务实创新的风气。真正的“硬科技”探索者,既有“敢闯无人区”的勇气,更要有认认真真做事的意志,是靠真抓实干而不是一味“讲故事”来打天下的。对于这样的企业和创业者,要特别予以呵护。我们要用良好的制度环境、政策环境、社会环境、舆论环境,让更多专注创新创造的人有底气、有平台、有空间,让“硬科技”真正“硬核”起来。

(来源:解放日报)

推动“粉丝经济”行稳致远

——粉丝群体如何贡献正向价值

■何希

“双11”才过不久,“双12”又将到来,很多电商平台和品牌把重点放在吸引粉丝“流量”上。从明星发布预售链接,到推出明星定制礼盒、联名款产品,再到购物赠送签名海报、线下见面机会等,“粉丝经济”比往年更为抢眼,引发人们关注和思考。

以购买明星的专辑、代言的产品,为明星提升流量等为特征的“粉丝经济”,正在成为近年来经济生活中的新亮点。以今年“双11”前的电商营销为例,某化妆品牌请明星代言1小时,销售额就突破4000万元;某日常用品请明星代言预售3万件产品,3分钟即告售罄;某明星代言的一款电动牙刷,3天预售额近2000万元……明星“带货”能力的背后,是粉丝们的强大消费能力。粉丝们从情感出发进行消费,通过商品购买、社群聚集、交流互动等环节,满足了自身的需求。

互联网和社交媒体的升级迭代、文化娱乐产业的蓬勃发展,成为“粉丝经济”兴起的深厚土壤。对商家来说,粉丝们带来的“流量”,往往与“销量”直接挂钩。在利益的驱使下,行业内滋生了“流量至上”甚至“流量造假”等现象,亟待规范和引导。而粉丝群体中存在的“刷单”“刷票房”“刷好评”等不良行为,也为自身带来负面评价。理性对待粉丝热情、引导粉丝合理消费,同时将明星效应转化为提升商业品牌知名度和美誉度的契机,才能更好体现“粉丝经济”背后的流量价值。

作为文化娱乐产业和数字经济的重要组成部分,“粉丝经济”同样要遵守市场经济对于诚信、法治的要求。有数据显示,36%的

粉丝表示愿意为偶像每个月花100—500元,相关领域市场规模高达900亿元。面对这一庞大的市场规模,如果任由“流量至上”等非理性因素野蛮生长,不仅将破坏这一正在成长中的新生事物,也将侵蚀社会诚信体系。正因如此,近期国家相关部门要求电商第三方平台须切实履行监管职责,并将对涉嫌违反广告法、消费者权益保护法等违法行为进行查处。依法依规、诚实守信形成健康的商业模式,将更好推动“粉丝经济”行稳致远。

“粉丝经济”的出现,也是一道治理课题。随着相关产业规模的不断扩大,“粉丝经济”涉及的领域和内容愈发多元,新对象、新领域、新场景不断涌现。比如,如何杜绝恶意注册账号“刷单”,怎样避免未成年人非理性消费,如何认定在线“打赏”的法律效力,等等。回答这些新考题,需要相关各方携手努力。管理部门要加强事前监管的能力和水平,提高全过程监管意识;优质流量明星应当更加自律、更有担当、更具表率;平台方面要进一步增强责任感,杜绝管理漏洞,等等。各方协力完善相关法规制度,善用大数据、人工智能、云计算、区块链等技术手段,才能为“粉丝经济”营造良好的外部环境。

当前,随着粉丝素养不断提升,技术支撑日渐完善,“粉丝经济”正在步入发展快轨,有望保持高速增长的活力。呵护好、规范好这一新生事物,让“粉丝经济”带动消费升级、行业变革和市场发育,就能更好满足人们对美好生活的向往与期待,为经济发展注入充足动力。(来源:人民日报)

警惕网络谣言的“新马甲”

■王法治

如今,网络谣言真是防不胜防。当一些人还没从家庭微信群“绿豆汤治百病”等“养生”帖中走出来,各式各样的网络谣言又穿了一身视频的“新马甲”频频刷屏。

近日,中央网信办等发布的《2019年网络谣言特征观察与趋势研判》显示,2019年我国网络谣言高发领域集中在“三大样”:医疗健康、食品安全、社会科学,呈现出视觉化传播的新趋势。

说实话,在互联网信息碎片化的趋势下,网络谣言把图片、短视频、信息图表甚至动态表情包作为传播的载体一点也不稀奇。但问题在于,可视化的传播形式很容易戳中一些人“眼见为实”的软肋,殊不知,这些所谓的“真相”已经是经过剪裁、拼凑甚至深度伪造的片段。模糊的发布源头、高效的传播速度、较低的制作门槛、直抵人心的感官刺激,让视频成为网络谣言泛滥的重灾区。

其实,破解网络谣言的“新马甲”也不难,只要每个人在看到一些似是而非的短视频时多问几个为什么,培养一些基本的媒介素养,生活中大部分谣言都会不攻自破。比如,看到一段未知来源的事故现场或社会冲突视频,别忙着转发到朋友圈或微信群,不妨先搞清楚视频拍摄的时间、地

点、人物关系;有没有其他权威媒体跟进报道,能不能找到现场的当事人、目击者等等。同样的道理,在网民们多方查证的“围攻”下,一些有关医疗健康、食品安全、社会科学的视频谣言,也不会有流通的余地。

当然,铲除视频谣言滋生的土壤也不能全靠网民自发集结的队伍。只有从源头进行综合治理,才能从根本上阻断谣言的传播路径。一方面,各类视频平台要肩负起主体责任。无论抖音、快手、秒拍,还是微博、微信、微视,平台可以通过技术升级、完善用户实名制等手段,做好“把关人”;另一方面,主流媒体也要持续增强自身的传播能力。针对一些网民迷信黑科技、满足虚荣和贩卖焦虑的典型网络心态进行有效疏导,用科学精神武装人民,增强抵御谣言侵蚀的免疫力。

打击网络谣言必将是一项因时而变的长期工作。网络谣言有了新变种,理应综合使用各种手段,进一步增强警惕意识,提升谣言打击能力。在这个过程中,政府的监管也不能缺位。在适当的情况下,为应对新出现的情况,制定一些可操作的监管细则,既为平台方、运营者提供明确的参考依据,也是构建风清气正的互联网空间的应有之义。

(来源:人民日报海外版)



投资骗局

条件、环境都不错的老年公寓,办理会员并交纳数额不等的入住预订金,就能享受优先优惠入住,还能领取高额回报。真实情况到底是什么?近年来,非法集资、网络传销等涉众型犯罪高发频发,新增风险陆续显现,一些标榜“高额回报、快速致富”等养老领域投资项目的骗局让不少老年人辛苦积攒的养老金血本无归。

■新华社 徐骏

期待“第一案”成为普法教材

■邵宁

随手一扔,把自己“扔”进了大墙!近日,闵行区人民法院开庭审理了一起涉高空抛物刑事案件,承办检察官对从14楼扔出手机、平板电脑、水果刀等物的蒋某,作出一年以上三个月以下有期徒刑的量刑建议。这也是最高法院发布《关于依法妥善审理高空抛物、坠物案件的意见》后上海审理的首个“高空抛物入刑”案件,彰显了法律威慑力。

11月14日,最高法院发布《意见》,对故意高空抛物的,根据具体情形按照以危险方法危害公共安全罪、故意伤害罪或故意杀人罪论处。消息一出,反响热烈。专家指出,《意见》如能得到严格执行,对高空抛物行为将有遏制效果。

近年来,随着我们的城市越

“长”越高,高空抛物、高空坠物已成为人们头顶的一个“隐形杀手”。最高法院研究室公布的数据显示,2016年到2018年,全国法院三年间审结的高空抛物坠物的民事案件有1200多件,其中有近三成因为高空抛物坠物导致了人身损害;受理的刑事案件为31件,31件中有五成造成了被害人的死亡。上海的高层建筑超过3万栋,数量居世界第一,高空抛物、高空坠物同样频发,成为危害市民生命财产安全的隐患,不仅需要加大整治,更需要用法治来予以规范。

12345市民服务热线数据显示,仅从8月至今,就接到高空坠物投诉1100起,除了建筑物老化等引发的坠物,也包括“天降螺丝刀”等危险的高空抛物行为。可见,治理高空抛物已

是刻不容缓。

曾几何时,酒驾也曾是道路上的一颗毒瘤,但醉驾入刑改变了这一状况。2011年5月1日起,《中华人民共和国刑法修正案(八)》正式实施,醉酒驾驶作为危险驾驶罪被追究驾驶人刑事责任。自此之后,各地交警部门对这一行为均采取零容忍态度,严查酒驾,司法机关追究醉酒驾驶者的刑事责任,一批典型案例被曝光,其中,一些知名歌手、影星、主持人酒驾受处罚的案件,也产生了广泛影响。如今,全国因酒驾、醉驾导致的交通事故已有明显下降,造成的人员伤亡数量也明显减少。

法律长出了牙齿,才能使人心生畏惧。期待上海高空抛物入刑第一案,成为最好的普法教材。

(来源:新民晚报)