



## 拿暴力视频作“内容创业”，监管要擦亮眼

□朱昌俊

晃动的镜头中，一位极具正义感的“大哥”在听取求助者的倾诉后，带领数名小弟出击，用暴力手段帮助求助人讨回公道。求助人的求助理由五花八门，如遭不良老板欠薪、社会人员勒索、讨债人员逼害、“渣男”坑害等。而“大哥”的解决手段非常直接，如酒瓶抡头、强逼吃屎、废其双手等。近日，网络间涌现大量宣扬以暴易暴主题的短视频公众号，其视频内容充斥暴力、粗口。由于拍摄手法采用纪实手段，对观众造成误导。(1月28日《新京报》)

明明是以暴制暴，却被包装成了“正义”、“正能量”。这些视频内容，主要是遵循着受害者求助+“大哥”仗义出头的路子，给人的感觉确实是快意恩仇，让不少人看了大呼过瘾，迎合了某种“打抱不平”、“行侠仗义”的原始正义观。所以，从受众反馈看，这类视频“产品”颇受欢迎，不少内容点击率很轻易就实现了10万+。

可视频发布者应该很清楚，自己所从事的“正义”事业与真正的正义其实丝毫无涉，只不过是借行侠仗义的幌子收割流量从而谋利。据说这些发布视频的公众号平台，一次性广告推广费用就高达35万元。显然，视频的暴力内容背后连着的其实是暴利。而由其真面目也就变得非常清晰：表面上是帮助“受害者”出头，实际上是做的流量生意，且内容越劲爆越容易推高点击量。

必须承认，这些宣扬“快意恩仇”的暴力视频，之于一般围观者而言，有着不小的诱惑性与迷惑性，也令人们习惯性忽视其背后的失望，低估其负面影响，使之获得了较大的生存空间。事实上，发布者也正是瞄准了这一人性弱点来赚取点击

和流量，同时还不必担心遭到查封：“只要咱们的内容没有色情，现在就不会被封，最近查得严，但是只要不放色情的东西就没问题”。

但一个文明的规则社会，就应该向这些“伪正义”、推崇“暴力解决”问题的视频和逻辑及时亮明态度。即便是“打抱不平”、“替人出头”，也要遵循法治、规则，而不是退回到丛林社会的“原始复仇”状态。这些看起来“大快人心”的视频，无论其初衷是什么，都是对文明社会的规则、法治的背离。在这一点上，全社会都应该坚守共识。相应的，网络平台对这类内容发布的监管，就不应该“睁只眼闭只眼”，对于试图通过宣扬暴力来吸引眼球的“新媒体创业”就该零容忍。

内容创业的风头正盛，网络平台的便利也大大降低了创业门槛。在监管角度，对之予以必要的包容，这是必须的。然而，包容不意味着和稀泥，越是泥沙俱下，对于那些游离在法律与公序良俗边界的行为，就越应该提高规范的警惕性，这既是为了最大限度减少行业的负面影响，也是对浮躁、投机性创业行为的应有抵制。

当然，尽管这些视频内容的真假性目前还无法确认，但“替人出头”式暴力及其对应的处事逻辑有着众多受众，在一定程度上，也未必不是因为其击中了现实中的某些灰色地带和正义焦虑。那么，从更长远角度来看，不仅要对这些有“毒”的内容创业模式加以及时规制，更要从正面加大真正的正义和规则资源的供给。当社会对法律和规则的信仰完全取代对暴力、私力救济的“幻想”，这些披着人性的“伪正义”视频及其背后依赖暴力解决问题的逻辑，自然会失去市场。

# “100%满意”的测评透着多少虚假形式

## 首席评论

□阅尽

年终测评“群众满意度”，这样的结果你信吗？恐怕很多人的心中都会打个问号。日前有报道，一些单位为了这“100%满意”，颇费心思。有人本想在测评中提点意见，结果被领导“请”去严肃教育一番；有的单位则会提前打招呼，要求填写“满意”。在一些扶贫点，有驻村人员还提着礼品走访、轮番劝说，希望群众“满意”，有的则承诺，测评填“满意”就有奖

品。奇葩做法可谓五花八门，不一而足。

每到岁末，各种形式的测评是近年许多单位都少不了的工作，而测评结果也往往作为衡量工作成效的重要指标。若测评数据真实可信，它还能作为考核单位绩效或查找问题的重要依据。因此，在考核机关作风中，“群众满意度”测评也是重要的参考选项。

但是，原本严肃而科学的考评方式，如今在一些地方却走味变样。在机关内部，通过打招呼、统一口径获得“100%满意

度”可谓轻而易举；而在基层，由于机关单位掌握着资源调配权，与百姓利益息息相关，群众怕得罪人也得罪不起，即使有意见或不满意，也只好违心填写满意。而由此获得的“100%满意度”竟作为肯定机关作风转变的“重要指标”，实在是莫大的讽刺。

不在平时下苦功，而是到年末“临阵磨枪”，做表面文章；不把力量花在做实事、干实际工作上，而是将其用在数据、报表的好看上，说到底还是弄虚作假，是新的形式主义。以会议布置、

提前动员获得的“100%满意度”来衡量机关作风或工作成效，只能是自欺欺人，若用之评价扶贫工作，更是粉饰太平，损害群众利益，这种华而不实的工作作风，也最令群众所痛恨。

其实，不少获得“100%满意度”的机关单位，也深知内中的水分与虚假，但仍要想方设法去为之，这除了自身的思想作风未真正转变外，也与当下某些考核方法的设置有失科学、严谨有关。甚而可以说，问题出在基层，但根源则在上级。有的机关在引入新考核方法或指标时，重

形式轻实践，只看数字而不看过程，结果就成了“不看实效看广告”。

谎言支撑的“100%满意度”，不仅不能使基层群众真正满意，还会使机关作风减分，损害形象。而要挤去测评数据中的水分，除要严肃考评纪律，更要重视测评的程序及监督，即使第三方测评，亦需实事求是，重视“怎样评”的问题，避免人情分或“被满意”。总之，让科学的测评引导考核者将精力投入到实干中，而非追求表面的数据漂亮。(作者是本报首席评论员)

## 漫话 漫画

### 辛苦外卖哥

文/小强 图/春鸣



这两天杭州下大雪，外面这么冷，不想出门吃饭，要不要点个外卖？心里有两个小人在打架：“好饿啊！我要叫外卖小哥救救我！”“不能叫！这种天气叫外卖简直罪恶！外卖哥太辛苦！”记者采访了几位外卖哥，他们的回答是：点吧！送一单我能挣8块钱，不过，天冷路滑，慢了不要骂人哦。(昨日都市快报)

我国不少读书人都有悲天悯人情怀，吃到一条好鱼，便油然想到渔人的辛苦，“君看一叶舟，出没风波里”，天冷下雪了，看到风雪中疾驰的外卖小哥，或许又想起《卖炭翁》

的艰辛……这种同情劳动人民的立场是高尚的。不过，社会有分工，各行有各行的辛苦，而各行各业从业者正是通过在各自岗位的辛苦付出而获得报酬、养家糊口。

下雪天，叫外卖的多了，老板给的配送费也调高了，一天能比平时多挣几百块。这正是辛勤的外卖小哥多挣钱的时候，若大家都悲天悯人起来，让外卖哥“旺季不旺”，不知他们会感谢还是会沮丧。

有这样一份悲悯的心，可以用在包括外卖哥在内的各行各业的劳动者的合法权益的保护上。

## M 街谈巷议

### 对迪士尼天价插队费 我们的愤怒有无道理？

近日，陈女士和孩子在上海迪士尼乐园门口排了两个小时队，却被一群人从出口进来直接插在了前面。质问服务人员后，才获知这是VIP团，可免排队，随到随玩。据悉，VIP团服务有两种：一是连续3小时导览，每人收费2700元；二是连续6小时导览，每人收取3000元。VIP团导览员称，像她这样的导览员有30多名，不论平时还是节假日，基本满负荷运转。陈女士认为，VIP团其实就是“插队团”，上海迪士尼为此收取了天价“插队费”。(1月29日《法制日报》)

不出意外，此事经网络传播之后，便迅速引发了潮水般的口诛笔伐。一片喧哗之中，不少人直斥迪士尼“嫌贫爱富”“有损公平”云云。在此事上，迪士尼这座素来以提供欢乐著称的主题乐园，似乎一下子击中了许多人内心深处某个脆弱敏感部分。一旦事涉“尊严”“平等”等价值议题，那么一场看似寻常的消费争议，就会变得复杂、激烈许多。

按理来说，在商言商，迪士尼通过提供增值服务来赚取超

额收益，本身是合乎商业逻辑的。而从经济学角度理解，不同个体的时间成本千差万别，市场以差别化定价来提供差异化服务，也是一件合情合理的事情。事实上，国外许多游乐场、主题公园等场所，早就有快速免排队的express门票，消费者只需要花更多的钱而已。明乎此，再来审视上海迪士尼的所谓“插队团”“插队费”，我们或许会有不一样的见解。

公共产品讲究公平，商业服务看重逐利，作为一家商业机构，迪士尼天然就有权追求利益最大化。而从现实效果来看，动辄开价数万的VIP团，也确实让迪士尼多赚了一笔不菲收入……当然了，赚没赚到钱是一回事，吃相难看则是另一回事。上海迪士尼的“插队团”现象之所以备受质疑，很大程度上表明，这种外来移植的、简单粗暴的“加价”文化，尚且存在着严重的水土不服——众所周知，国人一贯的心理都是，宁可默默忍受暗地里“走后门”，也不愿意承认大庭广众下的“有钱任性”。

除了文化层面的不适感，上海迪士尼的“加价团”触发众怒，更多还是源于其自身操作的考虑不周。比如说，让VIP团和普通游客共用同一通道，这无形间大大增加了引发不满、爆发冲突的风险。尤其考虑到迪士尼主要做的是儿童生意，如此“有钱人不用排队”的残酷一幕在孩子们面前赤裸裸上演，实在不知道会给孩子幼小心灵造成何种暗示；而除此以外，关于“VIP团”的存在和对普通游客可能造成的影响，迪士尼方面也并没有在事先给出充分的告知与说明。

到底该如何平衡好VIP团和普通游客的利益？这既需要情怀更需要“技术”。只有基于大数据样本下的精确计算，才能在不过分损害大多数游客游览体验的基础上，尽可能多给VIP团排空间。如今，迪士尼将VIP团的数量设定为每日二十至三十个，这究竟是不是一个合理的数字？而诸如此类，迪士尼要想心安理得地赚取这份“插队费”，需要操心事情的显然还有很多。

然

# 信保服务点亮小微梦想 ——2017年广东政策性保险服务小微企业再创佳绩

服务企业10664家，保障出口378.4亿元，支付赔款7073万元，协助追回海外欠款5390万元——这是中国出口信用保险公司广东分公司(简称“中国信保广东分公司”)2017年服务广东小微出口企业所交出的一张亮丽的成绩单。

笔者从中国信保广东分公司有关部门负责人处得知，2017年广东省出口额300万美元以下的小微出口企业共有25000多家，其中超过40%的企业已经开始通过中国信保广东分公司来保障出口收汇风险。作为我国政策性保险公司——中国出口信用保险公司服务广东外经贸发展的分支机构，中国信保广东分公司将支持小微企业发展作为核心任务之一，创新服务模式，为越来越多的小微企业提供专业、细致的信保服务。

## 专项活动扩大保障覆盖面

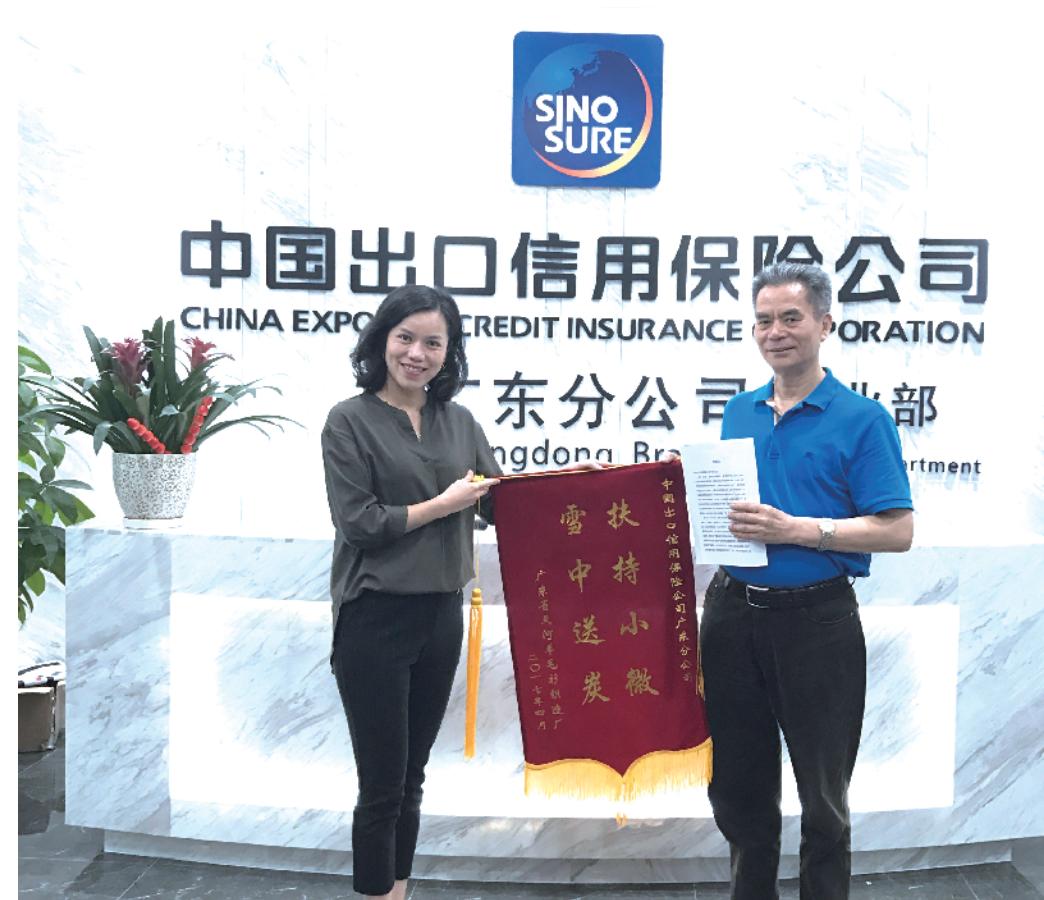
2017年5月18日下午，中国信保广东分公司珠海办事处联合阿里巴巴国际事业部在珠海南屏科技广场举办了一场主题为“数读风险”的小微企业专场培训会，活动吸引了来自50多家珠海市小微出口企业的代表前来现场聆听。

培训会上，中国信保广东分公司的工作人员通过大量详实的数据，解读了2017年一季度国际贸易整体形势，介绍了重点国别的风险情况；结合珠海市小微出口企业的真实风险案例，分析出口企业风控要点；同时细致讲解了中国信保广东分公司的索赔流程，以使投保企业获得更好的售后服务。

此次培训，是中国信保广东分公司



中国信保广东分公司走访小微企业



中国信保广东分公司小微案件快速理赔获客户赠送锦旗和感谢信

## 保单融资注入发展新动力

相比大型企业，小微出口企业在获取金融支持方面面临着重重困难。作为全球最大的信用保险机构，中国出口信用保险公司积极响应国家“加大对金融对实体经济和小微企业支持力度，加强和提高小微企业金融服务水平”的要求，通过发挥保单融资功能、创新产品和服务，帮助小微企业解决资金难题，为小微企业发展注入新的动力。

2017年6月20日，在多个政府部门的共同见证下，中国信保广东分公司与华夏银

行广州分行在广州签署了战略合作协议，加强双方在服务

小微企业方面的合作，并联合发布了小微企业专属融资产品——“信保易微贷”。

据华夏银行广州分行小微金融部副总经理肖蓉介绍，“信保易微贷”面向的是广东年出口额300万美元以下的小微企业，该产品既可以为小微企业提供政策性出口信用保险的风险保障功能，又能让企业以优惠条件获得银行的融资；具有准入门槛低、

审核材料简、融资成本低、申

请流程快等优势。

中国信保广东分公司总经理助理蒋韶华表示，本次签约及产品发布，是中国信保和华夏银行响应政府号召，在省商务厅、财政厅等部门支持下，以实际行动加强小微企业融资和出口服务的重要举措。据了解，“信保易微贷”自推出以来受到小微企业的普遍欢迎。除华夏银行外，中国信保广东分公司正与多家银行联手积极创新小微融资模式，破解小微企业融资难、融资贵的困局。

## 高效率理赔织就出口安全网

对于小微企业来说，出险以后能不能得到赔付，是最紧要的问题。对此，中国信保广东分公司的理赔人员设身处地体察客户的需求，以高标准、高要求持续提升理赔工作，做到不仅赔得出，更要赔得快。

“高效理赔是小微理赔服务中最核心的价值所在，赔款的迅速到位关系到企业存亡，是真真正正的‘救命钱’，而不仅仅是一串简单的赔款数字和一个个赔款日期。”广东信保理赔追偿处负责人表示。

2017年12月8日下午，广州市花都区某电子公司法人李先生，将一面锦旗和一封感谢信送到中国信保广东分公司位于珠江新城的办公地点，感谢广东信保帮助企业渡过难关。在此之前，该公司向马来西亚出口了一批总价值近15万美元的音箱，由于买方拒收导致损失惨重。在中国信保广东分公司的支持下，公司及时挽回了损失，极大地减轻了经营压力。李先生表示，随着近年国际形势愈发复杂，海外买家采购条件愈发苛刻，小微出口企业生存十分艰难，

一两笔坏账发生都可能导致企业倒闭；多亏有中国信保这张安全网存在，企业才得以避免这种不幸。

国际贸易的理赔牵涉面广、专业性强，案情比一般的保险理赔复杂得多；要实现高效率理赔，离不开人员、制度、渠道、政策支持等各个方面综合保障。广东信保通过建立理赔标准化工作机制、推行“简易勘察、快速理赔”措施，不断简化理赔手续，大大提升了理赔工作效率。2017年小微企业理赔案件平均赔付时间为25天，其中小微信保保易案件平均结案时间为12天，远远低于30天的保单约定时间。中国信保广东分公司理赔服务的专业、高效，得到了小微企业的广泛认可。

小微企业是推动广东外向型经济发展的重要力量，是创新创业的重要源泉。广东信保将秉承政策性金融机构职能，以服务支持小微企业发展为己任，不断提高政策性金融的服务水平和能力，推进业务创新、提高服务效率、提升客户体验，为广东小微企业在国际市场上走稳、走好提供更加有力的支持。

