

## 公布查处“四风”问题数据意义重大

本报特约评论员

今日社评

中央纪委国家监委1月19日公布了2019年12月全国查处违反中央八项规定精神问题统计表,向社会公开发布4类形式主义、官僚主义问题查处数据。通报显示,2019年全国共查处形式主义、官僚主义问题7.49万起,处理党员干部10.80万人。这是首次向社会公开发布查处形式主义、官僚主义问题的数据,并对查处享乐主义、奢靡之风问题的数据统计指标进行了优化调整。

十九届中央纪委四次全会公报明确提出,各级纪检监察机关2020年要做好八项重点工作,其中第五项是“巩固拓展作风建设成效,推动化风成俗,成为习惯”。此次中央纪委国家监委首次公布查处形式主义官僚主义问题数据,是落实十九届中央纪委四次全会精神,提升纪检监察工作透明度的重要举措,有利于增进社会各界对纪检监察机关的了解,提高人民群众对纪检监察工作的满意度,值得称道。

形式主义、官僚主义是现阶段党内存在的突出矛盾和问题,是阻碍党的路线方针政策和党中央重大决策部署贯彻落实

中央八项规定不是管五年、十年的规定,而是长期有效的铁规矩、硬杠杠。各级纪检监察机关要以此次公布查处形式主义官僚主义问题数据为契机,督促有关部门细化规定,推动完善制度、堵塞漏洞。同时坚持纠“四风”与树新风并举,通过不敢腐、不能腐、不想腐“三不”一体推进,持续推动整风易俗正本清源。

的大敌。公布查处形式主义官僚主义问题数据,释放了“越往后执纪越严”的强烈信号,彰显了纪检监察机关把“严”的主基调长期坚持下去的坚强决心,再次向广大党员干部敲响了作风建设警钟。

党的十八大以来,中央持之以恒反“四风”,作风建设取得显著成效,同时我们要清醒地认识到,党内存在的思想不纯、组织不纯、作风不纯等突出问题尚未得到根本解决。查处形式主义官僚主义的问题数据,虽然看似枯燥,却有说服力,有利于警示党员干部从公布的数据中记取教训,以数据统计表中列出的问题为镜子,对照检查,举一反三,进一步加强世界观、人生观、价值观改造,牢固树立以人

民为中心的发展思想,从小处着眼,从小事做起,克服侥幸心理,防微杜渐,做到“畏法纪、守底线”。

全面从严治党永远在路上。公布查处形式主义官僚主义问题数据,也提醒各单位党组织秉持“严是爱、松是害”的理念,切实把主体责任记在心上、抓在手上,加大廉政风险防范力度,善于未雨绸缪、“小题大做”,及时刹住歪风邪气。各级领导干部要真正把担子担起来,种好自己的“责任田”,一级带着一级干、一级做给一级看,以有效管用的措施整治形式主义、官僚主义,构筑起作风建设“隔离带”和“防火墙”,进一步推动中央和上级党委决策部署落地见效。

中央纪委国家监委网站在公布的数据统计表中,增加“贯彻党中央重大决策部署有令不行、有禁不止,或者表态多调门高、行动少落实差,脱离实际、脱离群众,造成严重后果”等4类突出问题。公布查处形式主义官僚主义问题数据,有利于督促各级纪检监察机关更加主动统计数据,积极分析和运用数据,优化工作方法,提高执纪质效;有利于架起指导纪检监察业务发展的“风向标”,推动各级纪检监察机关将深化治理形式主义官僚主义问题摆在更加突出位置,对“四风”问题线索优先查处,并在完善制度规定、严格监督执纪、铲除滋生土壤等方面多下功夫,保持力度和韧劲,实现标本兼治。

中央八项规定不是管五年、十年的规定,而是长期有效的铁规矩、硬杠杠。各级纪检监察机关要以此次公布查处形式主义官僚主义问题数据为契机,坚持从共性问题、突出问题入手,督促有关部门细化规定,列出正面、负面清单,推动完善制度、堵塞漏洞。同时坚持纠“四风”与树新风并举,加强对党员干部“不忘初心、牢记使命”教育,通过不敢腐、不能腐、不想腐“三不”一体推进,持续推动整风易俗正本清源,为党和国家事业发展提供坚强作风保障。

## 纵深话题

## 水电欠费不纳入征信系统体现法治理性

万周

1月19日起,中国人民银行征信中心面向社会公众和金融机构提供二代格式信用报告查询服务。就公众关心的水电费缴费信息是否纳入的问题,央行有关负责人介绍,目前二代征信系统尚未采集个人水费、电费缴费信息,仅在二代格式信用报告中设计预留了展示格式,如果查询新版个人征信报告,可能会发现报告中预留了个人水费、电费缴费信息的展示格式,但里面没有具体信息展示。(相关报道见A10版)

“人无信不立,国无信不昌”,对失信行为给予信用惩戒,让失信者“一处失信、处处受限”,既是维护诚信交易秩序的客观要求,又是建设社会信用体系的题中之义。然而,失信惩戒也应有必要的边界约束,不能将那些本应由道德或法律法规约束的行为,不作任何鉴别而一刀切纳入征信系统。此番央行本着稳妥、慎重的原则,未将

个人拖欠水电费的信息纳入征信系统,是对以往一些地方和部门失信惩戒泛化倾向的纠偏,体现了法治理性,值得肯定。

与欠账赖着不还、故意不履约等失信行为相比,拖欠水电费的行为虽然表面上也与失信违约沾得上边,但这种行为是远非一个失信标签就能定是非的。实际上,消费者拖欠水电费的缘由比较复杂,其中可能有消费者故意耍赖的因素,也有经营者服务不到位引发与消费者的纠纷等因素。如果不具体情况具体分析,不分青红皂白地将拖欠水电费的消费者纳入失信黑名单,难免产生殃及无辜的负面效应。所以,消费者拖欠水电费并不能真实反映消费者的个人信用状况,如果一律纳入征信系统给予失信惩戒,显然有失妥当。

退一步讲,即使消费者拖欠水电费违背了诚信原则,要对其施以失信惩戒,也应

遵循“法无授权不可为”的基本法治逻辑,把失信惩戒规范在法治轨道上。从法理上讲,消费者与水电经营者作为平等的民事法律主体,对交纳水电费本身已有约定,产生拒交水电费纠纷后,水电经营者对拒交水电费的消费者既可诉诸法律,也可依法断水、断电,而不能把失信惩戒当作“什么都可往里装”的“箩筐”,不与法治相向而行地增加消费者的义务,让消费者接受法律的制裁后再额外承担失信惩戒的不良后果。

具体到水电费拖欠行为的惩戒而言,这种行为就其本质属于违约行为和民事纠纷,不能武断地直接将其列入征信系统。只有那些经过人民法院、仲裁机关等权威机构判定欠交者应补缴费用及滞纳金后,其依然拒不缴纳的,失信惩戒才可作为单独或者其他法律责任的补充适用。失信惩戒牵一发而动全身,会影响到水

电费拖欠者多方面的权利,不能置法律规范于不顾而优先选用是失信惩戒。

近年来,在一些地方或部门,失信惩戒呈现出随意化、扩大化和滥用惩戒的趋势,一些与信用直接关联度不高的行为通通被纳入征信系统,引发公众对失信惩戒矫枉过正的忧虑。从这个意义上说,此番上线的二代征信系统不把消费者拖欠水电费的信息纳入失信黑名单,对纠正失信惩戒滥用、泛化的倾向,有着直接的现实针对性,可谓意义重大。

一言以蔽之,不把消费者拖欠水电费的污点信息纳入征信系统,不失为法治理性的务实选择。期待在今后的征信体系建设中,相关部门以此此为借鉴,始终秉承法治理性的思维,不乱贴失信标签,确保失信惩戒不偏离法治轨道,促其真正助力社会诚信建设。

一种说法  
莫让流言冲淡  
春节的年味

斯涵涵

日前,在北京市科协指导下,“智止流言,探求真知——2019年度十大‘科学’流言求真榜”发布,榜单里的流言绝大部分都与健康相关。

流言通常的套路是对公众看不懂的专业词汇进行“解释”——故弄玄虚,夸大其词,如“国产食盐含有亚铁氰化钾,剧毒堪比砒霜”。有的乱搭因果,逻辑误导,危言耸听、渲染恐吓,如“X射线安检仪对人体有很大伤害”“高铁有强辐射,易造成不孕”……流言以公众关心的健康、食品、环境等热点为切入点,通常都以科学为噱头,更具迷惑性,也更容易“打动”人心。

互联网时代借助各种社交软件,人人都可以成为新闻、信息的制造者、转发者、参与者,网络信息呈现开放、海量、复杂等特点,特别在春节这个欢聚的时节,人们八方汇聚,畅所欲言,心情放松,毫无戒备,往往依赖惯性思维,影响是非判断能力,宁可信其有,不可信其无,流言更容易不胫而走。

健康快乐、吉祥如意是春节代代相传的美好祈愿。流言披着科学的马甲,蛊惑人心,违背科学常识,在辞旧迎新的春节长假里,会引发公众健康焦虑与公共环境焦虑,冲淡了欢乐、祥和的年味,扰乱社会安宁,这是一种“伪科学”,危害不容小觑。

流言是网络时代的衍生品,网络时代的高速发展对政府部门及公民个体都提出了更新更高的要求。政府部门要时刻关注网络舆情与社情民意,针对春运、春节这段人流高速流动的敏感时期,切实做好各项卫生防疫工作,及时、定期发布权威消息、科学信息,逐一批驳流言,以快制快,公开透明,坚决遏止流言的传播,还要在依法依规严厉查处引发公众恐慌、扰乱社会秩序的流言制造者、传播者的基础上,加大宣传教育,普及科学、健康常识,培养崇尚科学、明辨伪科学的社会空间。

广大网民也要平时注重学习,逐步掌握基本的健康常识,不断提高自己的科学素养和辨别能力,在回家团聚的时候,面对各种似是而非、夸大其词的“养生大法”“健康秘笈”“长寿禁忌”时,要注意保持一份警惕,多点科学质疑精神,别让你的健康被这些流言中伤,过一个欢乐、健康、科学的春节。

对吃年夜饭  
不必有太多执念

天歌

最近,北京一家主打宫廷菜的餐厅工作人员表示,“大年三十所有的位置都已经订满了,客人都交了订金。”北京一家全聚德门店也表示,大年三十晚的座位已经无法预订,建议当天现场排队等候。

年夜饭一桌难求,早已不是什么新闻了,据说很多地方的饭店酒楼,早在半年前就开始接受年夜饭的预订,所以想在距离过年还有几天的时间预订年夜饭实属难上加难。那么,我们与其为订不上年夜饭而感到苦恼,还不如换一种思路来解决这个问题。

一则,我们可以回归传统,自己在家里操办年夜饭。年夜饭算得上是一种新年俗,以前大家都是在家里吃年夜饭的。虽然和在外面吃年夜饭相比,自己操办年夜饭需要购买原材料、需要围着灶台煎炒烹炸,花费一些时间和精力,但正是在一家人的分工协作、忙忙碌碌中,才有了过年的气氛,才有了我们所期待的年味。

二则,如果既不想承担自己操办年夜饭的各种繁琐和辛劳,但是又无法预订饭店酒楼的年夜饭,我们也不是没有选择了。“年夜饭半成品套餐”正是成为很多人的最爱,通过淘宝搜索“年夜饭半成品套餐”发现,网上各种价位的年夜饭套餐多数可以指定发货日期,一般6人至8人食用的半成品套餐价格为300多元。这些半成品年夜饭,买回来以后只要稍微加工一下,就可以上桌食用,可以说简单方便。

年夜饭当然是整个春节期间的一个重头戏,但是对于年夜饭应该怎么吃、在哪里吃,我们也不必有太多执念。以前普通老百姓的生活水平不高,丰盛的年夜饭也就具备了“打牙祭”的意味,所以一家老少都心存期盼。但是时至今日,百姓生活水平提高了,年夜饭的丰盛程度与平时吃饭饭桌上的丰盛程度的差距越来越小,在这种情况下,我们吃年夜饭主要吃的已经不是一种饭,而是一种传统、一种年俗、一种氛围和一种文化。

有人说:年夜饭不在于吃什么,在哪里吃,而是在于和谁吃。既然如此,我们又何必为了在饭店订不上年夜饭而苦恼呢?不管在外吃还是在吃,也不管年夜饭饭桌上是珍馐美味,还是简单小菜,只要一家人在这一天能够团团圆圆坐在一起,叙叙家长里短,聊聊来年的工作和生活,一家人的感情得到凝聚,这就是最好的过年。

## “讨薪二维码贴到工地”是治理欠薪好办法

胡建兵

为确保春节前涉及农民工工资案件及时动态清零,江苏省人社厅日前开辟“根治欠薪”网上举报投诉专栏,在建筑工地等农民工集中的地方张贴维权二维码,确保农民工投诉“有门”、维权有助;同时运用信息采集、数据共享和智能分析等方式,全方位掌握工资支付动态信息;并组织实施根治欠薪专项督导检查。

春节临近,农民工欠薪问题又成了热门话题。由于一些部门不主动作为,从而使一些地方欠薪事件频发。江苏省人社厅此次开辟“根治欠薪”网上举报投诉专栏,并在建筑工地等农民工集中的地方张贴维权二维码,一旦有欠薪问题发生,确保投诉“有门”,在接到农民工举报后,确保维权有

助,从而使欠薪问题在始发阶段就得得以解决。这一阶段由于欠薪金额不大,被欠薪的人员数量也不会太多,解决起来就比较容易。如果这一阶段没有处理好,那可能使欠薪企业不把农民工的诉求当一回事,从而导致欠薪数量和人数越来越大、越来越多,最终导致群体讨薪事件的发生。

江苏将“讨薪二维码贴到工地上”,也使一些包工头不敢欠薪也不敢欠薪,只要一欠薪就会被工人举报,这种做法从一定程度上是约束了包工头的欠薪行为,相当于给他们套上了“枷锁”,同时这也是鼓励农民工理性讨薪。因为农民工一旦被欠薪,通过“讨薪二维码”向有关部门举报后,有关部门就会进行处理而且必须处理

好,从而使“堵路讨薪”“塔吊讨薪”等现象不再出现。

对于拖欠农民工工资的问题,从中央到地方历来都很重视。人社部印发的《拖欠农民工工资“黑名单”管理暂行办法》于2018年1月1日起施行。各地人社部门结合本地实际,制定出台相关实施细则,依法开展拖欠农民工工资“黑名单”认定工作,并实行跨部门联合惩戒。江苏将“讨薪二维码贴到工地上”是一种主动作为、敢于作为的表现,也是解决农民工欠薪问题的一种创新。当然造成欠薪的原因很多,各种欠薪的情况也都不大一样,有关部门在为农民工讨薪的同时要认真分析造成欠薪的原因,并拿出切实可行的

办法,从根本上防止欠薪问题的出现。

要防止欠薪问题的出现,各地在推行“农民工工资直发”的过程中,必须规定建设单位有了足够的资金后才能开建,不能让施工单位垫资建设,并督促建设单位把工程款、工程款、材料款等及时拨付到施工承包企业的账上,保证施工总承包企业农民工工资专用账户上有足额的资金支付工人工资。另外,在实行“农民工工资直发”后,要对“农民工工资专用账户”加强管理,要求开户银行在发现“工资专用账户”资金不足时,应及时向行政主管部门或其他有关部门报告,责令其尽快补足资金;发现专用账户资金被挪用应给予制止,并对其进行必要的处罚。

## 非常视点

## “年入两亿”的带货主播作用被夸大了

乔杉

2020年伊始,深交所就上市公司在投资者互动平台频繁提及网红带货、主播李佳琦等行为发了至少3份关注函,要求御家汇、金宇火腿等公司说明是否为“迎合市场热点、借机炒作股价”。数据显示,李佳琦一场直播可以带来上百亿的销售额,不过,追逐这一热点的上市公司似乎没有因此大幅增加利润,他们为主播开出的商品全网最低价,以及高昂的合作费用,或许只令品牌方赚取了一些知名度。

同样是网红,同样是主播,现在和过去已经发生了重大变化。如果说过去的网红主播,主要是通过表演来推销自己,从而赢得粉丝打赏,那么现在的网红主播,更多是通过吆喝来推销别人,而从商家那里分得一杯羹。正是因为看起来对粉丝“童叟无欺”,现在的带货主播,在舆论场受到了更多支持。

带货主播正处在风口上。2019年淘宝“双11”仅仅9个小时,直播引导的成交额就突破了100亿元。李佳琦在一场直播中竟然卖掉1.5万支某品牌口红。另一7000名重量级主播薇娅,在一场直播中卖掉1000万自有品牌皮草,她也在连续两年“双11”直播中带来超过两个亿的销售额。有业内人士统计称,李佳琦2019年一年赚了两亿元。

似乎,带货直播的春天到了,商家的新赛道也出现了,可是,在一个过分宣传



成功者的赛场上,永远不会有人告诉你失败者的故事,而失败者的故事可能才是最真实的。除了这几个已经站上巅峰的头部主播,你还能提出其他名字?仅靠几个人,能撑起一个行业吗?大量的失败者和被淘汰者,才是直播体系的真实写照。

事实上,即便头部主播,其流量变现价值也大大存疑。早就有人指出过,很多直播带货的数据好看,可是水分也足。以关键词“翻量工具”探索一下,可以看到,

大量提供直播刷量服务的商家。有流量猎手平台的客服介绍,增加1万的观看量价位在400元至500元,而且这是增量数据,不会被平台查出造假。在互联网上,流量造假,数据造假早已成了公开秘密,多方合谋只有一个目的,就是骗商家和骗公众。

头部主播能够吸引粉丝,一个重要原因是商品价格便宜。据称,有头部主播在选商品时,首先会要求品牌方给出

“全网最低价”,这一价格甚至会令品牌方亏本。一份网上流传的报价显示,李佳琦的报价分为“全案”和“混播”,全案为整场直播仅销售一家品牌方的商品,2019年12月,这个报价为150万。很多品牌,看起来卖了不少货,但挣的钱连付佣金都不够,只是花钱买吆喝。有些品牌可能认为,这毕竟赚了一点流量,但在事实上,这种流量随时会流失,很难固化成品牌忠诚度。

从粉丝角度来看,注意力也是随时转移的,目前直播带货看起来风风火火,其实也是危机四伏。一些消费者反映,有些主播在带货时涉嫌传播虚假广告,出现货不对板等问题。这个市场到底能走多远,关键还看这个市场到底如何走。

对于一个新兴行业,宽容和审慎不能少。无论是直播带货还是头部主播,能够形成今天声势自有其道理,但不得不说,“年入两亿”的带货主播作用被夸大了。深交所发的关注函,多少有着这样的意思。清醒地看待这个行业,也是为了能够发展得更好。



下载北京头条App  
让现在告诉未来

主编/潘洪其 编辑/姬源 美编/杨信 责任/武军