

观点

热搜不应成为伤企冷箭

中国新闻名专栏
之江观察

■ 本报评论员 高路

近期,在国家网信办指导下,重点网站平台共同制定《整治涉企侵权信息 优化营商网络环境自律公约》。《公约》明确要求,网站平台要加强涉企榜单话题管理,加大热搜热榜管理力度,不得呈现AI生成的涉企负面信息,不得呈现企业家“口水战”、私生活以及未经核实的涉企负面热点事件。

《公约》十项内容,直指当前企业在网络舆论场中的现实痛点。比如,要求平台及时清理泄露企业家个人隐私的信息,严禁侮辱谩骂、造谣诽谤企业家的言论。散布于各个平台上的这些不实言论、恶意攻击游走法律的边缘,

热搜持续炒作企业家私生活或口水战,不仅干扰个人,更会扰动市场预期,影响企业融资、用工等正常经营活动。

让企业防不胜防。而一旦引起关注,其波及面之广、参与者之多,往往让企业维权陷入法不责众、无从下手的困局。又比如,要求平台不得推荐集纳企业、行业和企业负面信息的“自媒体”账号,对AI生成的涉企负面信息予以限流。侵权信息何以快速传播?一些“自媒体”账号是幕后推手,治理侵权信息,清除侵权信息只能“治标”,还得从传播者入手“治本”。

强化平台治理责任,是因为在涉企侵权信息传播链条中,平台尤其是热搜热榜,起的是“放大器”作用。热搜热榜的算法逻辑,本质上是流量导向,有时甚至是谁的剧情更狗血更容易在榜单中获得有利位置。一些自媒体和机构正是利用这

一机制,制造企业家私生活、夸大企业矛盾等话题冲击榜单,进而实施敲诈勒索或操纵市场。热搜热榜若不优化规划,极易沦为“黑公关”的帮凶。

不健康的网络舆论环境,对企业的伤害是切实而深刻的。此前,某知名企业因不实传言在短时间里频繁登上热搜,被迫以出示结婚证、出生证等方式自证清白。虽然事件最终以澄清,但企业品牌和经营秩序已受到明显冲击。而平台、大量传播者则能置身事外,毫发无损。热搜持续炒作企业家私生活或口水战,不仅干扰个人,更会扰动市场预期,影响企业融资、用工等正常经营活动。良好的网络舆论环境,本身就是营商环境的重要组成部分。

青年说·说青年 我的高考观

对很多艺考生来说,高考的选择题,其实很早就开始了。在很多同学还把全部精力放在文化课上的时候,我已经开始准备艺考。那时选择播音主持专业,原因很简单:喜欢表达,喜欢声音,也喜欢用语言和他人建立连接。可真正走上这条路以后,我才发现,喜欢只是起点。一个艺考生真正要面对的,不只是考上大学,还包括如何在很长一段时期内解释自己的选择:如果将来不当主持人、不进电视台,这几年学习还有没有价值?

这种疑问,在高考之后、大学之后,甚至进入社会之后,会变得更具具体。艺术专业一旦没有走向最对口的岗位,就很容易被问一句:那你还能做什么?

我也曾被这种想法困住过。好像因为学了艺术,就天然少了一点底气;好像只要没有走到最对口的岗位,这个专业就失去了意义。改变我想法的,是一段很具体的经历。本科毕业后,我选择去参军,却让我重新看见了专业训练的价值。除了军事训练,部队还有很多工作需要表达能力。写稿、主持活动、组织宣传等等,都离不开语言、文字和现场感。那时我才发现,过去那些看起来只属于舞台和镜头的训练,并没有离我很远。语感、表达、临场反应、文字组织能力,在另一个场景里变成了实实在在、能用得上的本事。

那段经历让我第一次意识到:专业的价值未必只在它最直接的出口里。学播音,不代表只能成为播音员、主持人。它训练出的能力,可以运用在不同岗位上,因为那不是某个职业独有的技能,而是一个人可以带到任何地方的本事。也是在这个过程中,我慢慢重新理解了“专业”。

很多人谈专业,习惯把它和某个职业直接绑定。学计算机就要当程序员,学历史就要当历史老师,学播音就要当主持人。这样的理解很直观,也有现实依据。但人的一生很长,行业一直在变,一个专业很难提前规定一个人的全部去处。

在我看来,专业更像是一个能力入口。它给人一套训练方式、一种看世界的方法,也给他进入社会时可以继续使用的工具。艺术训练带来的表达、审美、共情和现场反应,未必只能用于舞台;文科训练出的理解、写作和沟通能力,也未必只能留在书本里;工科训练出的逻辑、建模和解决问题的能力,也未必只能停在实验室和计算机前。能力如果只停在课堂里,当然会显得单薄;可一旦和新的知识、具体的岗位、真实的问题结合起来,它就可能变成新的路。

对于今天的考生来说,只谈热爱,容易低估生活的难度;只谈现实,也可能过早压低一个年轻人的可能性。更好的选择,或许是在现实条件里认真看见自己:我喜欢什么?我擅长什么?我愿意为什么长期投入?又能不能把这种兴趣变成能力,把能力带到更大的世界里?人生没有标准答案,专业也没有唯一出口。学什么只是开始,怎么把它变成能力,又怎么把能力接到更宽的路上,才是高考之后更长久的命题。

(作者系华中科技大学学生)

我重新理解了专业的价值

刘文亮

莫让网络测评为网络营销

■ 禾子

近日,国家网信办、市场监管总局联合发布《网络测评活动规范》,引发广泛关注。有人认为,这主要是针对近年来汽车行业频频出现的测评乱象。然而,如果把视野放得更宽一些就会发现,网络测评乱象早已不是个别行业的问题,而是在多个消费领域呈现蔓延趋势。

如今,从汽车、手机到家电、美妆、食品,从短视频平台到社交媒体,网络测评已成为消费者获取信息的重要渠道。面对海量商品和复杂市场,消费者天然希望借助专业测评降低决策成本、规避消费风险。从这个意义上说,网络测评本应成为连接消费者与市场的重要桥梁,是市场透明度和消费知情权的重要保障。

但现实中,一些网络测评正在偏离其应有定位。有的打着“实测”“避坑”的旗号,却缺乏科学严谨的测试过程;有的宣称“独立客观”,实际上早已与相关品牌存在利益关联;还有的通过刻意放大产品缺陷、制造品牌对立、引导网络争议来获取流量收益。表面上是测评,实质上却是营销;看似帮助消费者选择,实际上是在影响甚至操纵消费者判断。尤其值得警惕的是,部分测评账号已经形成成熟的商业运作模式。随着一些领域监管不断加强,这种模式正在向更多消费赛道扩散复制。从汽车到数码,从食品到美妆,不同领域的测评内容背后,往往遵循着相似的流量逻辑和变现路径。一旦“测评”异化为“带节奏”“做营销”“搞拉踩”,不仅损害消费者权益,也会扰乱正常市场竞争秩序。

网络测评的生命力,归根到底来自公信力。失去公信力,测评就失去了存在价值。此次出台的《网络测评活动规范》,正是针对当前行业发展的突出问题划出清晰边界。规范明确要求,测评主体与相关品牌存在利益关系的,应当显著标注;涉及产品性能、食品安全等专业领域的测评,应当依据国家标准,由具备法定资质的检验检测机构开展;属于个人体验分享的,则应当明确标注“仅代表个人体验”等提示信息。这些要求看似针对测评行为,实则是在重建网络

消费环境中的信任机制。一方面,保障消费者的知情权和选择权;另一方面,也为企业提供更加公平透明的竞争环境,避免“劣币驱逐良币”现象发生。

在数字经济时代,测评已经成为影响消费决策的重要力量。力量越大,责任越大。对于平台而言,应进一步完善审核机制,加强对虚假测评、恶意拉踩等行为的治理;对于测评机构和自媒体而言,应当坚守专业底线和诚信原则;对于消费者而言,也要增强辨识能力,不盲从、不轻信。从某种意义上说,《网络测评活动规范》治理的已经不只是某一个行业,而是整个网络消费生态中的信任问题。让测评回归专业、回归真实、回归客观,既是维护消费者权益的现实需要,也是促进市场健康发展的必然要求。

很多人谈专业,习惯把它和某个职业直接绑定。学计算机就要当程序员,学历史就要当历史老师,学播音就要当主持人。这样的理解很直观,也有现实依据。但人的一生很长,行业一直在变,一个专业很难提前规定一个人的全部去处。

户外安全不能想当然

■ 本报评论员 陈江

近日杭州一位登顶过6410米高山的35岁资深驴友,在六月份徒步西湖群山最高点天竺山时,遭遇失温,被冻到裹满三张保温毯,紧急送医才脱险。该驴友早上出发时只吃了两个鸡蛋,能量摄入严重不足,徒步过程中大量出汗,引发低血糖与胃部痉挛、肌肉抽筋。持续大量排汗造成电解质紊乱,这才出现失温的症状。这事表面上看似偶然,根子上是认知惯性挖的坑。在大众认知里,夏天天气热,西湖群山离城市近,标毅线是成熟路线。三个“安全标签”叠在一起,警惕性直接归零。这位资深驴友便是如此,仅身着短袖薄衣进山,完全未准备保暖、应急物资。

值得警惕的是,这种“温柔陷阱”正在成为户外事故的最大元凶。过去大家觉得危险在远方,在雪山、无人区、高海拔地区。可近五年数据显示,城市周边成熟路线的出事率反而在攀升。轻视心态,正在让越来越多徒步者身陷险境。极端天气频发早已不是新闻,单凭过往生活经验判断户外环境,也不再适用。对普通人来说,最务实的应对不是看懂气象图,而是记住一个笨办法:无论什么季节,路线难易,徒步包里永远多塞一件防风外套、一件干爽内衣、一包急救毯。现实中,不少资深户外爱好者随着经验增长,渐渐滋生“大神心态”,把过往履历当作安全底气,安全意识不断弱化。但户外环境瞬息万变,个体身体状态、天气条件、路况都存在不确定性,经验有时作用不大。这起事件,给所有户外爱好者敲响了警钟:户外安全的风险,不由路线远近决定,而由准备程度决定。夏季失温、近郊迷路、低海拔滑坠……这些“反常识”的意外频频发生,也在提醒每一位徒步者:户外出行最大的敌人,不是复杂的路况和恶劣的环境,而是麻痹大意的心态。

近日,中国电视剧制作产业协会等三家行业协会联合发布《关于规范电视剧(网络剧)演员署名的通知》,明确在分类的基础上,演员署名按照法定姓名的姓氏笔画由少至多排列,由《新华字典》说了算。演员署名规则之变,映射了一段时间以来资本、粉丝等力量过度影响产业生态的弊端,值得行业反思。



一言为定

近日,中国电视剧制作产业协会等三家行业协会联合发布《关于规范电视剧(网络剧)演员署名的通知》,明确在分类的基础上,演员署名按照法定姓名的姓氏笔画由少至多排列,由《新华字典》说了算。演员署名规则之变,映射了一段时间以来资本、粉丝等力量过度影响产业生态的弊端,值得行业反思。

■ 韦俊萱

近年来,各地加大人才引进力度,一项项优惠政策相继出台,确实让人们感受到了政府求贤若渴的诚意和爱惜才的心意。然而现实中,个别地方高调引才后承诺的待遇却沦为“空头支票”,寒了人才的心,更透支政府公信力,破坏地方人才生态,危害不容小觑。一些地方人才政策落实不到位,看似是受经济形势、债务压力等客观因素影响,实则还是人才观和政绩观出现了偏差。有的地方为了人才数据“好听好看”,不顾实际盲目加码优惠政策,兑现时只能“打白条”;有的地方将人才引进视为“一锤子买卖”,签约了就大功告成,后续政策兑现与否无人跟进。更有甚者,换一届领导就“兜底翻”,前任的承诺后任不认,让人才成了“牺牲品”。

破解引才乱象,需要多管齐下、标本兼治。首先,政策制定要实在些。要提前调研人才需求,科学评估资金状况,在“量力而行”中“尽力而为”,杜绝跟风攀比、贪多求全,切实提高政策的可行性和可持续性。同时,也不应过度依赖现金补贴的“短期刺激”,要在搭建干事创业平台、畅通职业发展通道、完善服务保障体系等方面下足“长期功夫”,让人才安心工作、舒心生活。

其次,执行落实要“痛快些”。要制定人才政策清单,明确申请条件、办理流程、所需材料等内容,让人才一目了然;加强跨部门协同,推行一窗受理、内部流转、并联审批、限时办结,切实把政策利好变成人才看得见、摸得着的实惠;还应探索整合住房、社保、教育等多部门数据,建立人才数据库,主动筛选符合政策条件的人才,变“层层申报”为“直达快享”。最后,监督问责要“硬气些”。将人才政策制定、落实情况纳入巡视巡察范围,对政策内容脱离产业实际和地域特色,待遇保障兑现慢甚至故意提高兑现门槛的行为严肃追责问责,确保政策落到实处、见到成效。对确因资金紧张等原因暂时无法兑现的,要主动做好解释说明,公布发时间表,争取人才的理解支持。

“致天下之治者在人才”,吸引人才只是第一步,如何留住人才、用好人才才是关键。各地唯有将引才的热度转化为育才的力度、留才的温度、用才的精度,才能营造出近悦远来的良好生态,才能实现人才与城市的双向奔赴,为高质量发展注入源源不断的青春动能。

(作者系中山大学学生)

引才切忌口惠而实不至

关于受理社会各界对国家开发银行资产安全监督举报的公告

国家开发银行(以下简称“开发银行”)是国家出资设立、直属国务院领导、支持中国经济重点领域和薄弱环节发展、具有独立法人地位的国有开发性金融机构。开发银行立足职能定位,聚焦主责主业,积极支持重大战略、重点领域和薄弱环节,以优质金融服务助力巩固拓展经济回升向好势头。

自2006年9月开发银行公开受理来自社会各界的资产安全监督举报以来,取得了较好效果。为进一步确保国有资产质量稳定和维护资产安全,有效防控金融风险,热忱欢迎社会各

界对开发银行资产安全进行监督,对危害或可能危害开发银行利益的行为进行举报。

现就有关事项公告如下:

一、监督范围

与开发银行资产相关的法人及组织。包括开发银行(含控股子公司)各类资产的项目客户,为开发银行资产提供各类担保的客户,以及开发银行的管理资产所涉及的其他客户等。

二、监督内容

(一)利用虚假信息或材料骗取开发银行资金的行为。包括但不限于利用不真实或虚假的客户信息、财务报

表、项目情况等申报材料,骗取开发银行资金等行为。

(二)开发银行客户违反合同约定的行为。包括但不限于借款人或借款人违反合同约定,擅自将项目资金挪作他用、侵占、私分和转移,或造成开发银行重大损失,或存在其他违法违规使用等行为。

(三)恶意拖欠或悬空开发银行债务的行为。包括但不限于企业借资产重组、改制等重大经营事件,转移和抽逃资金,逃避和悬空债务,以及其他恶意逃废债务等行为。

(四)提供虚假担保或恶意转移

抵质押物的行为。包括但不限于担保企业利用不真实或虚假的财务报表、产权文件,通过办理虚假登记等方式,为开发银行贷款项目提供虚假担保,以及恶意转移抵质押物等行为。

(五)其他危害开发银行资产安全的行为。

三、举报方式

社会各界人士如发现上述情况,可采用书信、电话、电子邮件等形式,随时向开发银行反映或举报。举报人应提供具体的事实、依据或可查线索,并对举报内容的真实性、客观性负责,

不得主观臆测、捏造事实、制造假证、诬告陷害他人,否则须承担法律责任。提倡实名举报(提供个人或单位真实身份和证件信息及有效联系方式的,视作实名举报),开发银行依法保护举报人的合法权益,对举报人的相关信息严格保密。举报人请勿重复举报。

四、受理联系方式

1.总行
来信地址:北京市西城区复兴门内大街18号,国家开发银行审计举报办公室(邮编:100032)
电话:010-68333171

E-Mail:jubao@cdb.cn
2.分行
来信地址:浙江省杭州市上城区城星路69号,国家开发银行浙江省分行纪委办公室(审计举报办公室)(邮编:310020)
电话:0571-81686123

E-Mail:jubao.zj@cdb.cn
五、本公告由开发银行负责解释,相关内容已在开发银行官网予以公布,特此公告。

国家开发银行浙江省分行
2026年6月15日



让城市“轻”下来

