责任编辑：杨召奎 北梦原
E－mail:grrbjjxwb@sina.com
工人日报

多家知名企业广告“翻车”，地点多在互联网

互联网广告，点子不够低俗来凑？

民生经济看点

本报记者 杜鑫

阅读提示

最近，知名企业接连出现低俗互联网广告一事引发网友批评。专家指出，互联网时效性更强、传播速度更快、开放性更强，客观上会放大低俗广告的影响力，建议强化对互联网广告的广告主、广告经营者、广告发布者的行政指导，督促有关平台切实履行法定广告审查义务，自觉树立正确的广告导向。

最近，全棉时代一则被网友吐槽“低俗营销”“故意丑化女性”的互联网广告引发舆论批评，后又因“自夸式道歉”再度“翻车”。

这并不是第一个被指低俗的互联网广告。就在前不久，京东金融等因发布价值观有问题的广告被网友批评。

有关部门对低俗广告的打击持续了多年，如今互联网广告却频频因内容低俗“翻车”。这些低俗广告为何产生？为何屡禁不止？互联网是它们的温床吗？该如何铲除？带着这些疑问，《工人日报》记者进行了调查和采访。

知名企业广告“翻车”

一名年轻“女子”在夜间独自行走时被人尾随，当尾随者逐渐靠近时，“女子”拿出卸妆湿巾擦脸，转身瞬间变成一个“男人”。

全棉时代的这则广告被专家解读为：有恶意曲解女性日常妆饰行为的成分，在网络传播的过程中受到网民“讨伐”是应有之果。

就在1个月之前，京东金融的两则互联网广告同样被舆论视为低俗、价值观有问题。其中一则广告里，在飞机上一名农民工的母亲身体不适，空姐建议升舱，正当农民工因囊中羞涩而感到为难时，一位老板模样的人劝他借贷。

此前，还有多家知名企业因低俗广告问题而被网友质疑。细数下来，这些知名企业集体在去年因广告的价值取向问题“翻车”，地点多在互联网。

北京星竹律师事务所合伙人、律师郝旭东指出，这些互联网广告违反了广告法第三条中关于“广告应当真实、合法，以健康的表现形式表达广告内容，符合社会主义精神文明建设和弘扬中华民族优秀传统文化的要求”的规定，以及第九条中关于“广告不得妨碍社会公共秩序或者违背社会良好风尚；不得含有民族、种族、宗教、性别歧视的内容”的规定。

部分从业者文化、法律素养不高

公开资料显示，低俗广告由来已久，有关部门也打击多年。曾有饮料公司广告宣传时贴上大胸美女图片，并配以“从小喝到大”的字样意图达到一语双关的效果……

近年来，从国家到地方，市场监管部门部署了多轮专项清理整治低俗、庸俗、媚俗广告的行动。整治虚假违法广告部际联席会议2020年工作要点也明确，要清理整治含有“软色情”内容等低俗、庸俗、媚俗广告。但互联网低俗广告屡禁不止，特别是视频广告。

“虽然在互联网之前的传统媒体时代，同样有低俗广告，但是互联网时效性更强、传播速度更快、开放性更强，客观上会放大低俗广告的影响力。”中国传媒大学广告学院教授、国家广告研究院副院长张翔说。

对于低俗广告屡禁不止的原因，张翔认为，从广告从业者的角度来看，一方面，是由于相当一部分从业者法律素养不高，出于无知等非故意原因，将日常生活中的糟粕揉进了公共传播中。另一方面，是有一些从业者为了博眼球、赚流量，追求广告效益和品牌效益，故意制造低俗广告，试图打法律的擦边球，不顾道德要求和法律规定。

有业内人士直言，低俗路线是少数企业在创业初期为了拼市场而选择的歪路。如今，知名企业也常以低俗广告炒作，反映的是在追求流量的当下，部分从业者优质创意不够，才想出了利用低俗内容吸引眼球的简单粗暴办法。这暴露了部分从业者文化素养不高。

监管面临人才、技术等方面挑战

“低俗广告对社会文化、社会风气产生危害，也是对社会主义核心价值观的挑战，必须要严格监管。”张翔表示。

不过，互联网广告也面临监管难题。“曾因缺乏相应人才、社会对互联网媒体属性的认知不足，导致一度出现监管不足的问题。”张翔介绍说。

“广告管理一般坚持属地管理，而互联网广告具有跨地域性。”北京云嘉律师事务所副主任、律师赵占领分析说，低俗广告缺乏明确的判断标准，这些都增加了具体执法的难度。

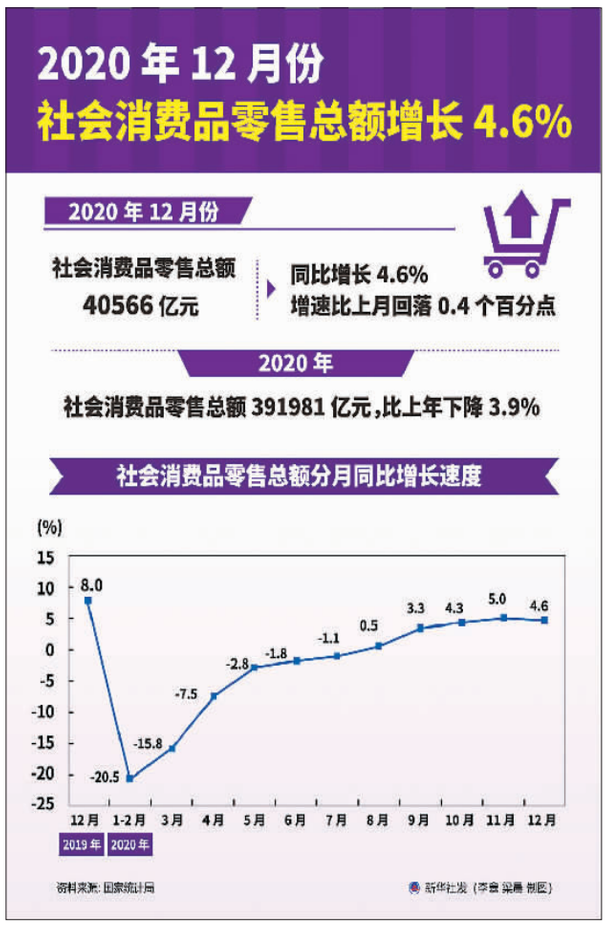
郝旭东则表示，互联网广告的表现形式主要是各类电子文档，可以任意修改或删除，这增加了取证、公证的技术难度。此外，有些表现形式是在付费短文、消费体验软文中进行植入，隐蔽性强。

“监管要讲究科学性、针对性、有效性。”张翔解释说，首先，要加强人才队伍建设。其次，要加深对互联网传播规律的认识，特别是应该顺应互联网技术的发展，增强监管的可执行力。

2016年，《互联网广告管理暂行办法》实施。张翔认为，这表明我国互联网广告的管理已经有了人才队伍，有了适应新技术要求的管理理念、管理方式等。

就如何提升互联网广告监管水平问题，郝旭东建议，强化对互联网广告的广告主、广告经营者、广告发布者的行政指导，督促有关平台切实履行法定广告审查义务，自觉树立正确的广告导向。同时，构建互联网广告监管监测系统及覆盖整个互联网的监测网，加大对执法人员互联网知识和操作技能的培训力度。此外，强化监督检查，严格依法办案，从重从快查处低俗广告违法案件，及时公布违法广告典型案例，确保整治行动各项工作任务落到实处。

赵占领则认为，应该根据新情况，及时修改完善低俗广告的判断标准。此外，打击低俗广告，不能全靠监管，应强化互联网平台主体责任，平台应该加强自律以及对用户的管理。



营商环境国际排名从84名上升到31名

“十三五”市场监管事业取得长足进步

本报北京1月18日电（记者杨召奎）记者今天从全国市场监管工作会议上获悉，“十三五”时期我国市场监管事业取得长足进步。5年来，市场监管体制实现重大改革，实现了分段、分领域监管向统一、综合监管的转变；商事制度改革纵深推进，激发了各类市场主体活力，年均净增市场主体1247.7万户，营商环境国际排名从84名上升到31名；市场监管基础性制度与时俱进，市场监管四梁八柱性的重大制度相继建立；食品药品等安全基础不断巩固向好；质量提升行动深入开展，制造业产品质量合格率稳定在90%以上；市场秩序和消费环境持续改善，知识产权保护进一步加强。

2020年，市场监管各项工作取得新的进展。深化商事制度改革，在18个自贸试验区开展“证照分离”改革事项全覆盖试点，全面实现企业开办全程网办目标，开办时间压缩至4个工作日以内。全部下放工业产品许可权限到省级实施。

加强反垄断反不正当竞争，多措并举打好规范线上经济竞争秩序“组合拳”，查处一批垄断和不正当竞争典型案件；加快公平竞争制度建设，完成《反垄断法》修订草案，发布《经营者反垄断合规指南》等，大力实施公平竞争审查制度，首发中国反垄断执法年度报告。

深入整治市场秩序突出问题，认真落实“长江禁捕、打非断链”“扫黑除恶”和治理“特供”“专供”等专项任务，开展保护知识产权“铁拳”行动，持续治理违法广告、传销、违规直销等乱象顽疾。加强线上线下协调联动，有效维护消费者合法权益。

资产超218万亿元！

“十三五”国资国企发展质量明显提升

新华社北京1月18日电（记者王希）“十三五”时期，我国国资国企发展质量明显提升。截至“十三五”末，全国国资系统监管企业资产总额和所有者权益分别为218.3万亿元和71.9万亿元，较“十二五”末分别增长82.1%和80.3%。

这是记者从国务院国资委18日举行的“地方国资委负责人会议暨地方国有企业改革领导小组办公室主任会议”上了解到的信息。

据了解，“十三五”时期，国资系统监管企业营业收入、利润总额年均增长率分别为7.4%、10.7%；2020年，国资系统有80家监管企业进入《财富》世界500强榜单，各地涌现出一大批具有核心竞争力的骨干企业。

持续深化改革是做强做优做大国有企业的强大动力。会议信息显示，过去5年间，以实施深化国企改革“1+N”政策文件为牵引，国资国企改革在关键领域和重要环节取得重大突破：中国特色现代企业制度全面推行，市场化经营机制不断完善，混合所有制改革积极稳妥推进，供给侧结构性改革持续深化，国有资本不断向重要行业和关键领域集中，以管资本为主的国有资产监管体制加快完善，国资监管机构职能更加清晰，国资监管大格局逐步推进。

农贸市场升级改造“深圳标准”发布

本报讯（记者刘友婷）近日，由深圳市市场监督管理局牵头制定的深圳地方标准——《深圳市农贸市场升级改造建设与管理规范》获批发布实施。作为国内首个农贸市场升级改造建设与管理地方标准，该标准填补了国内农贸市场升级改造领域的相关标准空白，是农贸市场升级改造“深圳标准”建设的新成果。

该标准的建设指引评分有建设场地要求、场内布局、设施设备3个大项，选址要求、建筑要求、配套设施等64个小项；管理指引评分有商品管理、食品安全管理、环境卫生管理、市场周边管理、安全生产管理、经营秩序管理等6个大项，商品准入、商品陈列、包装等51个小项。

去年长江干线货物通过量超30亿吨

本报讯（记者张翀 通讯员李璐 殷黎）记者从日前召开的2021年长江航务管理工作会上获悉，2020年，长江航运生产逆市上扬，实现货物通过量30.6亿吨，同比增幅超过4.4%，再创历史新高。

据悉，面对年初严峻复杂的新冠肺炎疫情防控形势，交通运输部长江航务管理局（以下简称长航局）全力以赴保障长江水上运输“生命线”畅通。进入常态化疫情防控阶段后，长航局针对性出台了3大类22条深化港航企业服务保障一揽子工作举措，全年减免外贸货物港建费及船舶油污基金约16亿元，精准推动和服务长江港航企业、涉水重大工程项目复工复产，积极纾解企业困难。

做好“米袋子”“菜篮子”保供调度

1月18日，市民在吉林省通化市一家大型连锁超市内选购水果。

连日来，吉林省通化市在进行疫情防控工作的同时，密切关注疫情对市场供求的影响，做好“米袋子”“菜篮子”保供调度，让百姓餐桌有保障。 新华社记者 许畅 摄

GDP破百万亿元意味着什么？

——国家发展改革委副主任兼国家统计局局长宁吉喆权威解读2020中国经济“成绩单”

新华社记者 于佳欣 陈炜伟 王雨萧

GDP破百万亿元！国家统计局18日出炉的2020中国经济年报，不仅见证中国经济发展迈上新台阶，也在极不平凡年份下交出一份高含金量的靓丽答卷。

GDP破百万亿元意味着什么？经济含金量高在哪？消费全年负增长怎么看？……在当日举行的国新办新闻发布会上，国家发展改革委副主任兼国家统计局局长宁吉喆围绕热点关切，权威解读中国经济“成绩单”。

跃上新的大台阶

2020年，中国国内生产总值达101.6万亿元人民币，经济总量突破百万亿元，这意味着什么？

“这意味着我国经济实力、科技实力、综合国力又跃上一个新的大台阶。对于全面建成小康社会，开启全面建设社会主义现代化国家新征程，具有十分重要的标志性意义。”宁吉喆说。

以经济实力为例，几个“世界第一”见证我国社会生产力达到新的水平：2020年，粮食总产量创历史新高，持续居世界第一；220多种工业产品产量居世界第一；制造业增加值预计连续11年居世界第一；高速铁路营运总里程、高速公路里程、5G终端连接数均居世界第一……

看到成绩，也要直面挑战。宁吉喆强调，要清醒地认识到，我国仍是世界上最大发展中国家，人均GDP与主要发达国家相比还有较大差距；我国处于社会主义初级阶段的基本国情没变，发展不平衡不充分问题依然突出，创新能力仍不适应高质量发展要求……

“要实现经济社会发展的远景目标，把我国建设成社会主义现代化国家，还需要艰苦奋斗，不懈努力。”他说。

经济含金量十足

宁吉喆表示，尽管疫情给经济发展带来一定影响，我国坚定不移贯彻新发展理念、推动高质量发展，经济增长质量和效益稳步提升。2020年经济“成绩单”含金量十足：

——创新第一动力持续增强。2020年1至11月，规模以上战略性新兴服务业企业营收同比增长8.6%，快于规模以上服务业7个百分点；工业机器人、新能源汽车、集成电路产量高位增长……

——协调内生特点日益凸显。产业结构转型迈出新步伐，全年装备制造业、高技术制造业增加值分别增长6.6%、7.1%；需求结构调整取得新进展，高技术产业、社会领域投资均比上年增长10%以上……

——绿色发展底色相当亮丽。全年单位GDP能耗下降，天然气、水核风光电等清洁能源消费量占能源消费总量比重同比提高1个百分点；环境质量改善明显，全年全国337个地级及以上城市PM2.5浓度比上年下降8.3%……

——开放必由之路十分开阔。全球贸易和跨境投资萎缩背景下，我国货物进出口总额和实际利用外资双双实现正增长，海南自由贸易港建设加快推动，区域全面经济伙伴关系协定（RCEP）正式签署，中欧投资协定谈判完成……

消费仍是压舱石

2020年中国社会消费品零售总额同比下降3.9%，全年呈负增长，如何看待这一现象？未来怎样激发消费潜力？

对此，宁吉喆表示，尽管全年消费增长为负，但消费对经济增长的拉动作用逐季回升，三四季度增速已转正，且接近前几年正常水平。

此外，尽管受疫情冲击，但最终消费支出占GDP比重达54.3%，高于资本形成总额11.2个百分点，为近年来最高水平。“消费仍然是经济稳定运行的压舱石。”他说。

“随着疫情进一步得到有效控制，消费需求的动力也将进一步恢复。”宁吉喆说，从2021年情况看，支撑经济稳定恢复的有利因素较多，我国经济有基础也有条件延续稳健复苏态势。下一步，将继续在提高居民消费能力、完善消费政策、改进消费环境等方面发力，努力开拓更多消费增长点。

民生保障“有力有效”

民生大于天。“成绩单”是否真正靓丽，关键体现在百姓获得感上。

在宁吉喆看来，回顾过去一年，民生保障可以说“有力有效”，重点体现在就业扩大、价格总体稳定、收入继续增长三方面。

比如城镇新增就业1186万人，比预期900万人的目标增长明显；年初上涨较快的猪肉价格在四季度出现明显回落，整个食品价格也呈回落态势；居民收入增长从年初的-3.9%到四季度的2.1%，逐季好转，好于预期，实现了与经济增长的基本同步……

未来保障民生还会出哪些实招？

宁吉喆说，要进一步推动经济稳定恢复，加强重点群体就业帮扶，进一步稳定就业，做好保供稳价工作，加强困难群体基本生活保障，扎实做好保市场主体工作，巩固城乡居民收入增长基础，深化收入分配制度改革，推动居民收入差距继续缩小。

（新华社北京1月18日电）

全力备战铁路春运

1月18日，南昌工务段职工在南昌铁路枢纽西环线进行更换长轨施工。

该段投入160余名职工参与作业，在150分钟的天窗时间内成功更换一根900米长钢轨，线路正点开通。

南昌铁路枢纽西环线是江西九江至南昌向塘区间铁路货物列车运输的重要通道，也是分流缓解南昌站运输压力的重要枢纽工程。春运临近，南昌工务段投入大量人力、物力整治设备“病害”，全力备战。 盛德权 胡国林 摄

本报社址：北京市东城区安德路甲61号 邮政编码:100718 定价:全年352元 每季88元 2月29.26元 其余月29.34元 零售:逢4版0.56元 逢8版1.12元 广告经营许可证京东工商广字0184号 工人日报社印刷厂印刷