取消评著名商标是政府职能"归位"

近日,国家市场监管总局局 长张茅在接受央视采访时说: "对于过去评名牌、评著名商标 的政府行为, 2019 年将一律取 消。"视频一出,即冲上微博热 搜。此番乱象被揭开, 风靡多年 的"著名商标"终将告别历史舞 台,引得一片叫好,说明了啥? (1月20日海外网)

日前,国家市场监管总局局 长张茅表示: 政府给企业背书, 然后企业一旦出现问题, 不负主 体责任,政府来负责任。现在我 们已经要求取消所有的著名商 标、知名品牌的评比。在政府的 企业信用公示系统上只有黑榜,

只要违规了,处处受限。企业做 得好,消费者的口碑就是你最好

这话说得好,显示了政府监 管上的讲步。

-律取消评著名商标的政府 行为,是正本清源、澄清误区, 是政府职能的"归位",顺应了 市场规律。

商标品牌具有市场属性,那 么就要由市场来决定。商标标志 能否注册为商标、商标品牌价值 大小乃至商标侵权是否成立,都 是一个市场的判断,是由消费者 的认知决定的,它不是某一个或 某几个政府行政管理部门决定 的。这就需要发挥企业作为商标 品牌建设的主体作用, 使市场和 消费者成为品牌价值的最终裁判 者,而不是政府来做裁判。著名商 标的认定中所体现的政府"越位", 折射出政府越过市场去行为,实际 上违背了市场规律。为什么张茅说 企业出问题,政府来背锅?就是一些企业把"驰名商标""著名商 些企业把"驰名商标" 标"作为政府的一种信用来公关营 销,借此绑架了政府的公信力。所 以,即使在2013年修订的商标法 禁止"驰名商标"宣传后,仍有一 些企业对"驰名商标""著名商 标"的"金字招牌"打擦边球。

本来,对"驰名商标""著名商标"的认定,初衷是从法律保护 需要的角度去保护企业正当利益, 但是在实践过程中,企业甚至是监 管部门却背离了这一初衷,

商标""著名商标"演变为企业的 一种荣誉称号和营销工具, 甚至成 了企业向政府要优惠政策的借口, 于是出现了一系列乱象,地方保护 主义、认定中证据造假、认定失当 甚至权力寻租等等,一些"驰名商 "著名商标"反而更具有欺骗 性, 更容易让政府监管失去警惕 性。由于人为地干扰了市场自然形 成的消费者对商标的认知信息,消 费者反而被边缘化了。

张茅的这段话说明了 2019 年 市场监管的工作任务重点, "要着 力优化营商环境,深入推进'放管 服'改革,促进新动能加快发展壮 大。"也就是说,要放得出、管得住,监管重心从"紧抓事前审批" 转向"加强事中事后监管"。

金玉良言

把玻璃栈道引入"标准轨道"

记者梳理公开资料发现,自 2009年10月出现第一条玻璃栈 道以来,我国目前至少已经建成 了62条玻璃栈道。随之而来的 问题是,玻璃栈道由于高悬于空 中,在给游客带来刺激感觉的同 时,也出现了一些安全事故,引起 社会广泛关注。 (1月18日 《法制日报》)

玻璃栈道的一头连着新鲜、 刺激的旅游观光体验,另一头却 连着安全隐患甚至是事故, 这种 新生的旅游设施近年来不断攻城 掠地,在很多景区安营扎寨。然 而,令人担忧的是,玻璃栈道目 前仍然处于一种近乎"三无"的 状态--- 无明确的审批部门,无 明确的监管部门,无统一的技术 标准和监管标准。可以说,综合 监管已经滞后于玻璃栈道的快速 发展,玻璃栈道在某种程度上游 离于监管的"标准轨道"之外。

玻璃栈道与游览索道一样 都属于能够丰富观光体验、提升 观光品质的旅游设施, 也都具有 - 定的危险性,都属于应该纳入



特殊监管范围的特种设备。随着 全民旅游热潮的到来, 各景区玻 璃栈道的使用频率越来越高,通 行人数越来越多,有的玻璃栈道 -年的通行人数可以达到几万 人、几十万人甚至更多。玻璃栈 道事关无数消费者的生命健康, 不容有失,不能有丝毫的"裂 纹",监管的当务之急是尽快消 除玻璃栈道的"三无状态",把玻

璃栈道引人"标准轨道"。 立法部门、政府有必要通过立 法 (修法) 或制定"三定方案"等 形式明确玻璃栈道的审批部门及审 批权限、条件、标准, 而按照谁审 批谁负责的原则, 审批部门也即监 管部门。同时,还需制定玻璃栈道 的生产安装技术标准和日常监管标

去年8月1日,河北省住建厅 会同省质监局、省旅发委、省安监 局组织编制的《景区人行玻璃悬索 桥与玻璃栈道技术标准》开始实 施, 其中对景区人行玻璃悬索桥与 玻璃栈道建设材料、设计、施工、 验收、检测与评定以及运营安全管 理等均提出了明确标准规范。这是 国内第一部专门规范景区人行玻璃 悬索桥与玻璃栈道建设与管理的技 术标准,对我们制定玻璃栈道的国 家标准和地方标准都有很强的引导 示范参考意义。国家标准制定管理 部门应该在吸收地方标准经验的基 础上,制定强制性的玻璃栈道国家 标准,给玻璃栈道的生产、安装、 景区管理以及职能部门监管都提供 依据,提供抓手。

玻璃栈道是新兴旅游业态,也 应该是监管的重点对象。政府有关 部门应该从上至下高度重视对玻璃 栈道的监管,积极作为,依法承担 必要的监管责任,堵住监管漏洞, 消除监管盲区,提升监管的质量, 用责任筑牢玻璃栈道,保障玻璃栈 道的安全,保护游客的生命健康权

一针见"脓"

贫困县巨资"造景",优化招商环境还是"形象工程"

最近, 国家贫困县甘肃榆中 因斥资 6200 万元"造景" 门",被住房和城乡建设部通报。 通报称,榆中县属于国家贫困 县,没有将有限的财力优先用于 民生改善,而是举债在城市出人 口"造景""造门",盲目立项、 搞"形象工程"。 (1月20日澎 湃新闻)

群众生活还没脱贫,县城景 观"形象"先"脱贫"了,有了 钱不是先扶贫,而是用来"扶形 象",这种情况确与"扶贫"二 字极不协调。

然而,榆中县的"造景造 门",当初却是被当地以"创新 发展打造投资兴业沃土"的口号 推出的。"造景造门"工程,上 级部门认为是"形象工程", 地的说法则是,这不仅是优化招 商环境工程的一部分,而且

接中央政策,下应群众意愿" 而笔者认为,对于这同一问题上 截然相反的两种结论,首先是不 能仅以口号的"高大上"作为解

优化招商环境、打造良好的 营商环境,都是地方政府的重要 工作。贫困地区走"招商引资+ 产业扶贫"的路子,也是精准扶贫的一种"实招"。但是,把 "造景造门"说成是"优化招商 环境"的重要内容,未免牵强。 招商环境的硬件,是地方有无可 供投资者创业发展的资源; 软 件,则是地方是否提供了法治、 公平、可持续的公共服务保障。 投资人看中的主要是这些软硬件 条件,而非县城出口处有没有城门、城门是否够"气派"。

榆中县为历史文化悠久之 地,历史上,这一带曾发生过著 名的"蒙恬大破匈奴"之战事。 修一座秦汉风格的城门,配套

"蒙恬飞骑斥匈奴"雕像,确有意 义。然而,与人民群众温饱、脱贫 问题相比,这种投入巨资的大兴土 木之事,显然应当排在后面,待脱 贫后再考虑, 乃至留给后人去做, 没什么不可以的。而举债 6200 万 "造景造门", 甚至斥资 1.2 亿 元修建 40 米宽的"迎宾大道",如 此大手笔, 无论如何, 都不该出现 在国家级贫困县这里。与"上接中 央政策"就更沾不上边了吧。 民对美好生活的向往就是我们的奋 斗目标",官方这一说法完全正确,

但"美好生活"首先是脱贫、奔小 康,至少其次才应该是对景观工程 的需求。

贫困县斥巨资、举债打造景观 工程,如果是当地官员"拍脑袋' 的决策, 应反思、检审地方决策程 序不科学的问题。如果上级政府并 不反对,甚至支持这种有钱先搞 "形象脱贫"的决策,则某些地方 对"优化招商引资环境"、"打造良好营商环境"以及"扶贫攻坚" 等等概念上,是否存在理解偏差,

征稿启事

本版长期向读者征稿、稿件字数在1000字左右。 来稿要求内容真实、寓理于事;也可以是作者对某一社会现象或 问题发表的观点和建议, 我们将每周刊登在本版

来稿请发送 e-mail 至: kokomi621@sohu.com。

■ 百家讲"痰"

"痰":

报载, 2017年10月18日.胡 林酒后驾驶摩托车从家中出发,送儿 子胡志前往下洋镇某小学上学。路上 听到儿子说他与同学胡昌发生了矛 盾。气急败坏下,胡林到学校后,走 进一年级(三)班教室,不由分说打 了胡昌(未满7周岁)一巴掌;并 对赶来的老师和保安等人拳打脚踢, 造成教学秩序的严重混乱。目前, 胡 林获刑7个月。(见1月20日《法 制日报》)

孩子们之间发生小摩擦、小冲突 比较正常, 家长不必把这当成问题, 更不必怕孩子吃亏而主动介入; 相 反,可以让孩子们自己去解决问题, 让他们去体会如何与他人相处。否 则, 替娃出头, 动手打伤别人的孩 子. 涉嫌违法。

对于孩子之间的冲突, 做家长的 最好能够正确地教育、引导孩子妥善 处理, 甚至为缓和与有矛盾的小朋友 的关系,家长可以教育孩子利用生日 或周末聚会的机会, 把有矛盾的小朋 友请来, 用相聚的快乐化解矛盾等。 因为儿童之间的矛盾并非不可调解的 矛盾,只是一些小打小闹的"游戏" 而已, 家长理应三思, 千万别越俎代 庖, 替娃出头, 甚至主张"打回去"。 否则,只会盲目使小矛盾升级,引发 家长"战争",造成更严重的伤害后 果。

-玫昆仑

2018年12月29日, 由桂林市 全州县开往灌阳县的公交车, 刚开通 运营了5趟就被灌阳县交通执法人 员叫停。1月9日、灌阳县一公交车 在行驶到全州县内时, 全州县执法队 以"不按规定站点上下客"为由对其 进行处罚, 公交公司要求车辆经过全 州路段时,暂时不要上下客。此事曝 光后引发社会热议, 全州县和灌阳县 的交通部门被指推卸责任, 处理事件 不积极,给两地居民出行造成不便。 (1月20日《新京报》)

"跨县公交运营受阻"放大了区 域壁垒思维痼疾。因为行政区划设置 的原因,会出现不同层级之间的区 域, 所带来的不只是空间上的界线, 更有市场、公共服务的人为界线乃至 心理上的隔裂。

现实中很多所谓的行政区域毗邻 的地方,被称为"边远地区",一直 都是公共资源投放与发展薄弱的地 方。在这些地方,与居民相互来往频 繁相比, 政府间的合作则相对稀缺, 毗邻地区"路断头"、"桥断头"的 现象屡有报道, 甚至还出现过救火不 跨具的案例。

消除区域壁垒思维,需要进一步 增强开放意识与合作意识,解除区划 有形界线的约束,一方面减少行政对 市场的直接干预, 更善于引导市场合 作的方式来协调利益, 更好地弥合区 划界线对市场一体化的隔裂, 释放出 毗邻地区更大的活力; 另一方面消除 相互之间利益的樊篱,减少眼前利益 的得失算计,扩大相互的融通与合 作,推进共同发展,做大发展蛋糕才 是共赢之举。

-房清江