

“个人破产”信用修复,让守信者从头再来

近日,江苏省无锡市锡山区法院发出了江苏首张“个人破产”信用修复证明书,获得者是一位农贸市场摊主卫云培。2012 年,由于“发包”老板“失踪”,资金链断裂,拉施工队承包工程的卫云培欠下了 30 多万元外债。2018 年,他被两位工友起诉,列入失信被执行人名单。卫云培没有颓唐,也没选择做“老赖”,决心和妻子一起去菜场摆摊还债。今年 1 月 27 日,卫云培偿还了最后一笔欠款 15838 元,曾经沉甸甸压在头顶的阴霾彻底消散了。

良法让“人”站起来

从失信到得信,卫云培和妻子付出了巨大努力。因为他人的原因,导致自己欠下大笔外债后,这对夫妻直面困难、不躲不避,他们在菜场摆摊 7 年,用每天微薄的收入,一点一滴偿还债款。相比起一些厚颜无耻的“老赖”,明明有实力却拒不还债,或者干脆玩消失,将外债一扔了之,卫云培夫妻的所作所为判若云泥,让人钦佩。

当然,卫云培夫妻得以修复信用,除了自身努力,有关职能部门的有力助攻,同样“功不可没”。当地法院根据有关规定,将卫云培认定为“诚实而不幸”的债务人,不仅豁免了他的部分债务,还综合考虑卫家的实际情况,豁免了原本需要强制执行的生产生活必需品,保障了夫妻俩进货经营和生活使用。这些务实的举措,既是对当事人的纾困解难,也是“放水养鱼”,有利于债务人创造财富、修复信用,真正站立起来。

还应看到,卫云培夫妻摆摊 7 年修复信用,也是个人破产制度试水发力的缩影。健全成熟的市场经济制度体系,不仅需要建立市场准入机制,也需要完善市场退出机制,构建包括

企业和个人等主体在内的破产制度。特别是个人破产制度,保护正当经营的破产法人、诚信个人,解除创业者的后顾之忧,有利于充分激发市场主体的创业热情。

近年来,我国积极探索个人破产制度。2021 年 3 月,《深圳经济特区个人破产条例》实施后,江苏、浙江等地相继试点,无锡也在其中。卫云培夫妻“个人破产”、成功修复信用并非个案,截至 2024 年 11 月底,中国市场监管部门累计修复各类经营主体行政处罚信息 138 万条,修复经营异常名录信息 667.7 万条,修复个体工商户经营异常状态 2557.8 万余户,这些数字,不仅见证了信用制度的健全完善,也见证了个人破产制度的“生命力”。

所谓良法善治,不仅需要合乎规律、契合情理的立法,更重要的是,推动这些法律落地生根,在现实生活中助力公民。卫云培夫妻摆摊 7 年修复信用,体现了公民对信用的执着与坚守,而有关部门秉持法治精神,适时施以援手,帮助陷入困顿的公民卸除包袱、挺直站立,在这样的良性互动下,一个文明的、法治的社会正在加速成长。

为守信者铺就发展之路

卫云培夫妇七年摆摊还清债务的故事令人动容,但更值得深思的是,如何让诚信者不仅收获掌声,更能获得更多的现实价值?

这次法院出具的江苏省首张个人信用修复证明书固然具有积极意义,但也让人们看到了美中不足:修复程序有滞后之嫌,以至于诚信者在漫长的惩罚期中错过了机遇与活力。相关制度能否更早介入,对积极还款者阶段性恢复部分信用权益,形成“守信一受益”的良性循环?

卫云培夫妇的还债之路,本质是一场“自我造血”的生存实验。但单靠个体奋斗显然不够,社会需构建系统性支持:一是完善个人破产制度,为诚信债务人提供债务重组、免责考察等法律工具,避免其陷入无限责任泥潭;二是建立信用修复快速通道,

将还款意愿、履约记录纳入动态评估,缩短信用重建周期;三是联合金融机构开发“诚信贷”等产品,让信用修复转化为融资能力。

“人无信不立,国无信则衰。”唯有将道德资源转化为制度资本,诚信者才能真正获得东山再起的“真金”。一个成熟的社会,既需要卫云培式的“守信者”,更需要让诚信成为可量化、可流通、可增值的社会资本。当制度既能惩戒“老赖”,又能为守信者铺就发展之路时,“好人有好报”才能更加深入人心。最近,中央部署了一系列完善构建覆盖各类主体的社会信用体系的政策举措,为诚信建设奠定了良好的政策基石。我们坚信,诚信的金字招牌,将越来越闪耀出价值的光芒。

综合湖南日报、成都商报等
(谄路 整理)

店招禁用三色,城市管理不能“管而无理”

□ 茅宙

近日,有网友发布视频称,河北省三河市燕郊一带,商户接到城管上门通知,红色、蓝色、黑色的商铺招牌被要求更换颜色。4 月 7 日,有商户向媒体证实,其红色招牌已经更换颜色。三河市城管部门回应称,禁用红色、蓝色、黑色底色的门头牌匾“是市政府城市规划的要求”。

近几年来,一些地方的城市管理部门频频对店铺招牌(下称“店招”)发力,样式、规格等都是规定的内容。此番三河市城管部门从店招颜色上做文章,又让人开了一次“眼界”。而且,三河市城管部门是在没有政府文件依据的情况下推行这个规定的。城管方面回应媒体采访说“文件还没有,就是先行一步再改这个东西,按照城市规划。”这显然属于执法无据,不合理不合规。

店铺招牌,是招揽顾客的商业牌匾,具有广而告之的重要作用,一定程度投射着城市营商环境的自由度和活跃度。但在店招设计上,城管部门常常“没道理”地强制管理,可以说是“管而无理”,广大商户和社会舆论反弹的声音也很强烈。店招是个关乎经营者切身利益、关涉城市更新大局的问题,相关方面理应反思和改进在店招方面的工作理念、工作方法。

经典IP“长改短”别走“魔改”路线

□ 何勇海

近日,《还珠格格》短剧完成备案流程,剧集为 30 集,每集 15 分钟,相比三部 112 集的原版,短剧版体量大幅压缩,引发网友热议。《纵横四海》《精武门》《倩女幽魂》《英雄本色》等经典 IP 也正在批量涌入短剧赛道。近来,多家长视频平台发布经典影视剧短剧版改编计划,希望借助经典剧自带的流量光环,跑出新的内容赛道。

在获得著作权人许可或著作权保护期已过期的情况下,对经典 IP 进行合理的“长改短”是可以的,可让经典 IP 为当下创造经济效益与社会价值。

很显然,推动经典 IP“长改短”的核心动力,是长视频平台对用户市场的激烈争夺。在观众的娱乐时间变得越来越碎片化、需求越来越多元化的当下,经典 IP“长改短”,有助于长视频平台找到新的竞争破局点和新的生存空间,抢夺越来越稀缺的用户注意力。

从理想状态来看,经典 IP“长改短”应该会进行当代性转换,促进文化传承和当代审美相结合,换言之,在传承文化精髓之时赋予时代新意,如此便能拓展经典 IP 的受众群体和传播渠道,延长它们的生命周期。像《纵横四海》《精武门》《倩女幽魂》《英雄本色》等经典 IP 的粉丝虽然多,但以 70 后、80 后为主。通过对它们进行“长改短”,有可能赢得 90 后、00 后的喜爱。

不过,经典 IP 改编从来都是机遇和风险并存,“翻车”者多、成功者少。经典 IP“长改短”要产出佳作,平台和创作方需要在守正与创新、娱乐性和艺术性之间找到平衡点,既要保留原剧的精髓,又能适应当下新的叙事形式,难度不容小觑。

最起码,经典 IP“长改短”不能走“魔改”路线。据报道,去年多部国产电视剧遭遇到 AI“魔改”,如《红楼梦》变成“武打戏”,柔弱的林黛玉变成林教头,还玩起“林黛玉倒拔垂杨柳”;《甄嬛传》成了“枪战片”,甄嬛手持冲锋枪,收拾情敌;四大名著中的人物甚至玩起“客串”,“三国”关羽杀进“水浒”,“西游”林黛玉大战孙悟空……广电总局不得不于去年底发文规范 AI“魔改”短视频。

有律师指出,即使是过了著作权保护期的经典 IP,也不得恶意改编。著作权包括两大类:人身权和财产权。财产权(经济上的权利)如复制权、发行权、改编权等是有保护期限的;人身权(精神上的权利)如发表权、署名权等则是永久性的。恶意改编,如篡改作品原意、歪曲事实等,可能会侵犯到原作者的人身权,特别是署名权和保护作品完整权。

总之,在经典 IP“长改短”这场流量速食竞赛中,经典 IP 自带的流量光环,并不意味着能给改编者带来很高的成功回报率,跟风需谨慎。