释放改革红利须打通“最后一公里”

林子文

热点快评

突破改革的“最后一公里”，使改革红利平等惠及万千市场主体和广大群众，这是当前我国深化改革面临的重要课题。当前，我国各项改革事业进入深水区，需要啃硬骨头、涉险滩。越是在这样的关头，越应该突破“最后一公里”的梗阻，使改革红利得到最大程度释放，以更好地凝聚改革共识，形成合力

最近，国家发展和改革委员会召开全国电价专题工作会议，部署各地价格主管部门清理规范转供电环节加价，打通降低电价政策落地的“最后一公里”。

根据《政府工作报告》，今年我国要实现“一般工商业电价平均下降10%”。为实现这一承诺，有关部门已先后分四批出台了10项降价措施。不过，当前有些地方转供电主体给终端一般工商业的电价仍然较高，有些地方高达每千瓦时1.2元-1.3元，甚至更高；有些地方仍存在两家商户一墙之隔，一户电价0.7元/千瓦时，另一户超过1元钱的“怪事”。相关乱象说明，这项旨在帮助实体经济降低用能成本的改革举措，在落地的“最后一公里”遭遇梗阻，改革红利无法平等惠及各市场主体。

突破改革的“最后一公里”，使改革红利平等惠及万千市场主体和广大群众，这是当前我国深化改革面临的重要课题。改革开放40年来，特别是党的十八大以来，我国各领域的改革持续深化，改革红利持续释放，为经济社会发展注入了强大动力。但是，许多领域的改革也存在政策措施“落地难”、改革举措“空转”问题，导致改革“只听楼梯响，不见人下来”。

例如，在深化简政放权的改革中，各地纷纷推出“最多跑一次”改革，但不少企业和群众仍然感到，门好进、脸好看了，事情仍然难办，跑腿多、办事慢、“踢皮球”等现象依然存在；商事制度改革深化以后，兴办企业的资金和场地门槛降低了，但“准入不准营”的问题并没有根本解决，等等。这些现象都是“最后一公里”遭遇梗阻的外在表现。其背后，既有错综复杂的既得利益固化因素，也有思想陈旧、观念固化问题。

需要明确的是，“最后一公里”恰恰是改革者历尽千辛万苦、经过长途跋涉需要跑完的最后一段路程，也是对各级政府执政能力、改革决心、为民情怀、责任担当的最大考验。如果不能突破“最后一公里”的梗阻，改革就无法给广大市场主体和人民群众带来实实在在的“获得感”，也会使政府的公信力受损。

当前，我国各项改革事业进入深水区，需要啃硬骨头、涉险滩。越是在这样的关头，越应该突破“最后一公里”的梗阻，使改革红利得到最大程度释放，以更好地凝聚改革共识，形成合力。因此，我们一方面要冲破利益固化的藩篱，不能让个别既得利益集团成为改革政策落地的“拦路虎”。利益固化藩篱是改革历史上遗留下来的现实难题，也是横亘在改革路上的险滩障碍。突破既有的利益格局藩篱，关键要从人民利益、国家利益、长远利益出发，从体制机制上铲除寻租思维产生的制度基础，破除特殊利益滋生的土壤，为畅通“最后一公里”提供制度保障。

另一方面，要以自我革新的勇气和胸怀，本着壮士断腕的气魄和决心，进一步解放思想，寻求改革举措落地的有效途径。随着改革的深化，有些官员由于思想观念守旧落后或思维惯性，思想更新跟不上改革的新形势，也可能对改革举措的落地形成掣肘。因此，必须进一步解放思想，跳出传统发展模式的条条框框，充分调动一切积极因素，积极寻找解决前进中出现的矛盾和问题的办法，找到化解阻碍改革举措落地的有效办法。

此外，还要加强改革督查，把广大市场主体和人民群众的“获得感”作为衡量改革举措成败的“硬指标”，倒逼各级官员集中力量突破“最后一公里”的梗阻，不懈怠、不懒政，确保各项改革举措在基层落到实处。

“合乘公交”是直达专线有益补充

李忠卿

据报道，北京公交集团在推出商务班车和快速直达专线后，近期将再推出“网上预约、合乘出行”的“准门对门”公交出行服务。今后，市民有望像约网约车一样约到一辆公交车，满足个性化的临时乘车需求。

多年来，很多城市公交线路经过优化，符合绝大多数人的出行便利，只要出门乘坐公交，大家都会直奔附近的站台而去。然而，受到各方面条件的限制，并非所有公交线路哪怕是专线都让人满意，有些地方仍可能不会被覆盖，特别是偏僻的地区或者打车困难的地方，给民众出行带来了一定的不便。

管理需要创新，服务同样也需要创新，为了满足乘客个性化需求，北京公交集团先行一步，推出“合乘公交”精准服务，为乘客量身定制出行线路，只要数量符合要求，公交即可开到指定地点，再不用专门去租车，出行成本也随之下降。

应该说，此类市民出行不便问题，每座城市都或多或少存在。“合乘公交”走向现实无疑为相关问题提供了解决方案。服务不是一成不变的，在不影响直达专线前提下，开通临时合乘的公交线路，可以起到互补作用。北京公交集团的相关做法带了一个好头，其他城市可以借鉴推广。

为临街单位厕所对外开放点赞

房清江

据报道，武汉市汉阳区将新增开放一批社会公厕，供市民免费使用。目前，全市已有160个社会厕所对外开放。全市三年间计划新建公厕400个，改扩建公厕159个；开放社会公厕500个。

引导临街单位厕所免费对外开放，多年来一直是各地在推进的一项举措。从城市文明的角度来看，临街单位无论是党政机关，还是私营场所，打开门禁的藩篱，赋予行人如厕便利，都会让人感受到城市的包容。尤其是当下许多城市土地资源短缺，新建公厕面临征收拆迁代价昂贵，盘活用好存量资源，可以提高厕所利用率，同时也可以减少新建公厕条件不便的矛盾。

当然，还要看到，临街单位厕所对外开放之后，水电成本、保洁成本、场所秩序等不可避免地给相关单位带来了问题。所以，推进这项工作也要尊重临街单位的意愿，在引导鼓励免费开放的前提下，给予必要的扶持和保障，而不是简单地发出文明倡议。如制定相关政策予以必要的奖励、补贴，帮助解决厕所共享运营服务成本增加的现实困难等，这样厕所开放才能可持续。

此外，相对于公厕，沿街厕所共享对市民文明素质的要求更高，市民在享受便利的同时，要有公德意识。相关部门也应重视市民如厕文明的教育引导，涵养共同的城市文明。

徐 骏作(新华社发)

被关联

据报道，近期有用户在使用滴滴打车时，刚点击APP就自动弹出“有未支付订单无法打车”。有记者调查发现，最近多地不少滴滴用户遭遇此类问题。滴滴公司回应称，“关联机制”是系统经过识别，认为两个账号属同一用户，当该用户的一个账号出现未支付订单时，另一账号就会产生需要支付才能打车的提示。然而，不少用户表示关联的完全是陌生人账号。未经用户许可的“关联机制”是一些企业不恰当关联支付责任的做法，相关企业平台必须尊重消费者权益，并优化申诉流程，对用户反馈的问题即刻调查并更新系统认知。政府部门也应对此类服务主体的评价体系和标准予以合理评估，防止其信用评估权力被滥用。 （时 锋）

微信“捂脸”表情被抢注侵害著作权

丛立先

思辨

目前，我国已经形成了体系完备的知识产权保护制度，商标注册制度是其中一项重要内容。此次微信“捂脸”表情图案商标被抢注事件，不仅仅是一个关乎商标法律知识水平高低的问题，也在一定程度上折射出相关当事方对于诚实信用原则的态度。尊重他人在先的知识产权成果，然后才可能拥有可持续的商业成功和成就

近日，“捂脸”表情图案被人注册为商标的新闻成为备受社会关注的一个热点。国家工商行政管理总局商标局公告显示，微信黄脸表情包中的“捂脸”表情图案于2018年8月13日进入商标初审公告。据商标注册人金某某介绍，其2017年开始在生产的服装上使用“捂脸”表情，之所以提交商标注册申请，初衷源于自我保护，防止同行再用此表情，金某某认为这一注册商标之举不侵犯他人权利。

那么，此举究竟是不是一种合法的商业行为呢？按照我国商标法有关规定，此种商标注册行为违背了法律的基本规定。

我国商标法第三十二条规定：“申请商标注册不得损害他人现有的在先权利，也不得以不正当手段抢先注册他人已经使用并有一定影响的商标。”这里所说的在先权利，是指著作权、外观设计专利权等各种可能的民事权利。具体到金某某注册“捂脸”表情图案，该注册有一个前提条件，就是此种注册行为没有损害可能存在的在先著作权。

“捂脸”表情图案的设计者腾讯公司已经发布了关于“微信捂脸表情被抢注”的声明，明确表示将在法定时限内对该公告商标提出异议申请。显然，能否异议成功的关键是，“捂脸”表情图案有没有在先存在的著作权。如果该表情图案是著作权法保护的作品，拥有著作权，则商标法保护的在先权利成立；如果该表情图案达不到著作权法保护的作品要求，不享有著作权，则不存在所谓的在先权利。

从著作权法规定的作品要素来看，“捂脸”表情图案的独创性非常强，带有强烈的设计色彩，创造性地通过表情图案设计给人一种既悲苦又搞笑、乐观中又无可奈何的直观表达，并且固定在微信平台表情包中，网民可以合法地下载、复制和发信息使用。所以，“捂脸”表情图案构成了著作权法中明确规定的有审美意义的平面美术作品。至于其在微信中设定的黄脸表情图案的黄色要素，并不影响该表情的独创性表达，使用该表情的黑白表达或改变颜色使用并不能合法化。

商标注册制度专门规定了异议程序对上述情况予以补救。对于损害在先权利的商标注册行为，我国商标法规定自公告之日起3个月内，在先权利人可以向商标局提出异议。由此可知，在权利方已经明确声明将申请异议的情况下，“捂脸”表情图案因损害在先著作权而不予注册，将是可能的结果。并且，对于金某某此前未经许可将“捂脸”表情图案印制在服装上的商业使用行为，已经涉嫌构成著作权侵权，该表情的著作权人可以另行寻求著作权侵权责任的法律救济。

此次事件反映出的另一个问题是，我国商标审查注册管理工作尚有进一步改进完善的空间。商标注册管理机构在负责商标注册工作时，不仅要实行程序性审查，在其能力范围内，还要对商标的实质性或合法性予以审查。从此次微信“捂脸”表情图案商标被抢注事件看，自微信表情平台发布“大黄脸”表情至今，该套表情累计下载量达上亿次，累计发送总量达几十亿次，其中的“捂脸”表情更是使用颇多。在特定媒体平台上社会影响力和传播面如此广泛的一件作品，由一个自然人申请商标注册，职能部门完全忽略在先权利的问题是不应该的。同时，对于该商标是否原创、是否侵犯他人著作权的法律问题，职能部门也应该在其能力范围内审查，特别是对于经过广泛使用的标志更应该慎重审查合法性。

目前，我国已经形成了体系完备的知识产权保护制度，商标注册制度作为其中一项重要内容，在我国有中国特色社会主义市场经济秩序的构建和维护中发挥着至关重要的作用。此次微信“捂脸”表情图案商标被抢注事件，不仅仅是一个关乎商标法律知识水平高低的问题，也在一定程度上折射出相关当事方对于诚实信用原则的态度。尊重他人在先的知识产权成果，然后才可能拥有可持续的商业成功和成就。否则，不仅不能满足自我利益的诉求，反倒会成为贻笑大方的反面典型。

（作者为华东政法大学教授、博士生导师）

行业

用市场机制打破“省间壁垒”

陈发明

今年以来，我国风电和光伏发电消纳形势持续好转，弃电量和弃电率继续双降。前7个月，我国新能源累计弃电量168亿千瓦时，同比降低33%；弃电率6.1%，同比下降6.1个百分点。出现这一可喜变化的重要原因是市场机制不断完善。

受资源禀赋和经济发展水平影响，尽管我国西北地区近年来新能源发展迅猛，但当地消纳能力有限，造成了风电、光电弃电率一度居高不下，甘肃、新疆等一些新能源装机规模较大的省区也因此被国家能源局列为新能源红色预警地区。加大外送成为解决这一问题的最直接有效手段。但是，由于历史原因，我国电力交易形成了“省为实体”的格局，一个省份为了保障本省利益，往往不愿意接收外来电力，这一现象被称为“省间壁垒”。

要降低西北新能源的“双弃率”，关键是解决消纳问题，消纳的出路在于外送，外送能否畅通，关键看能否突破“省间壁垒”。

2015年以来，随着新一轮电力体制改革的推进，电力中长期交易、现货交易等市场机制也在不断完善，东西部省份间电力交易日益增多，越来越多的新能源电量在电网搭建的市场平台中实现跨省跨区交易。国家电网公布的数据显示，2017年完成新能源省间交易电量492亿千瓦时，同比增长35.6%。现货交易电量累计69.22亿千瓦时，受益省份超过20个，实现了可再生能源大范围配置。

从数据中不难看出，市场正在成为“省间壁垒”的“破壁人”。可以预见的是，在未来新能源健康可持续发展格局中，市场将扮演越来越重要的角色。

从能源转型角度看，生态优先的发展战略已成为全社会共识，加强清洁能源高效消纳利用对于构建清洁低碳、安全高效的能源体系，推动经济社会高质量发展意义重大。“十三五”时期是我国实现非化石能源消费比重达到15%目标的决胜期，国家能源局对各地区可再生能源比重指标完成情况实行监测和评价，能源转型的现实要求将为新能源消纳提供广阔的市场空间。

从政策供给层面看，越来越多的政策将为新能源消纳持续释放红利。去年11月份，国家发展改革委、国家能源局制定的《解决弃水弃风弃光问题实施方案》中要求，具备可再生能源电力消纳市场空间的省（自治区、直辖市）积极接纳区外输入可再生能源电力，主动压减本地区燃煤发电，为扩大可再生能源利用腾出市场空间。此外，今年3月份，国家能源局公布《可再生能源电力配额及考核办法(征求意见稿)》，这项新能源行业翘首期盼的政策呼之欲出，随着配额制的出台，“省间壁垒”将被彻底打破。届时，已逐步完善的市场机制将为新能源跨区域输送奠定坚实的渠道基础。

从自身竞争条件看，新能源成本过高的短板将随着技术层面的突破逐步补齐。2017年，我国风电平均千瓦时电成本为0.43元，已接近火电成本；光伏发电平均千瓦时电成本为0.5元至0.7元，比2010年下降78%，低于全球平均水平。随着设备价格日益下降，运营管理日渐成熟，新能源发电成本仍然具有进一步降低的空间。

前景虽然美好，但新能源面临的利益博弈并非只有“省间壁垒”。能否在未来能源市场“大蛋糕”中分到足够大的那块，还要看新能源行业的“操刀者”们在市场“破壁”之后，能否持续做大市场互动的硬平台、做优市场交易的新机制、提升市场竞争的软实力。

众声

李 俊

商务部研究院国际服务贸易研究所所长

动态调整有助服务外包模式创新

今年上半年，商务部等9部门联合印发《中国服务外包示范城市动态调整暂行办法》。根据办法，商务部委托专业机构开展示范城市综合评价工作，形成综合评价结果，并将之作为动态调整的主要依据。该办法最大的亮点在于打破以往示范城市只进不出的局面。动态化调整机制将督促示范城市积极开展服务外包的各项工作，真正起到示范带动作用。同时，也为更多城市加入示范城市提供了机会，明确了具体路径。这种“有进有出”的状态有助于服务外包创新模式。

刘大成

清华大学互联网产业研究院副院长

智慧物流促进物流业降本增效

要真正达到“蓝天保卫战”和物流业降本增效的预期目标，需要能满足市场运行的长效机制。同时，协调行政指令与市场响应的最有效工具，就是信息和资本支持下的智慧物流。其中，第一代智慧物流来自运输中的“重去重回”，当产业结构无法满足两地间“重去重回”，就需要扩展成多地的“结点成网”，分担运输和仓配成本；第二代智慧物流立足于“以储代运”快速响应客户需求和“以运分储”低成本突破外部约束；第三代智慧物流则是将供应链与货主产业链“双链融合”，调整产业结构，实现运储、商贸及金融的一体化融合。

欢迎读者就热点经济话题发表评论、漫画，来稿请发至：mzjjgc@163.com

本版编辑 马洪超 徐 达