

# 箩筐不怕沉，扁担就一根

魏永刚



**编者按** 基层是社会发展的第一块“基石”。从今天起，经济日报将推出一组关于做好基层工作的漫谈稿，反映基层工作面临的困难，探讨破解的办法和思路，希望人们都来关注和支持基层，让社会建设的基石打得更牢靠。

“箩筐不怕沉，扁担就一根”。这是太行山农民常说的一句俗语。一根扁担挑两个箩筐，是农民装东西的“标配”。这句话的意思是，如果可着劲往箩筐里装，不考虑扁担的承受力，扁担压断了，活就干不成了。过去一个劳力只有一根扁担，少有余的。

前曾经到中部一个地方采访，当地计划组织11个政府部门组成综合服务队到基层送文化、送医疗等服务，结果有19个部门积极响应，要求加入服务队。各种各样的发展任务都需要基层来完成，如果大家都放到一个“箩筐”里，这只“箩筐”便会格外沉，那根“扁担”就有挑不动的危险。

前些日子，不少基层干部都抱怨“填表多”。其实，仔细想想，这也与“扁担就一根”有关系。客观地说，精准扶贫确实需要认真核对村庄里每户人家的情况，表格是一种客观了解农户生活状况的有效方式。再加上过去很长时间里对农村情况的了解不够细致，用填表形式来摸底，非常必要。

然而，很多农村的实际情况是，年轻人大多外出，村干部年龄结构和知识水平难以胜任“填表”要求。大量派驻农村

的扶贫干部本来的任务是宣传贯彻政策、推动脱贫攻坚的，他们却不得不被“征用”来埋头填表。这就使想法与做法出现“脱节”。

可以说，提出填表要求丝毫没有加重基层负担的意思，基层干部也绝不是怕填表影响工作。但是，一到实际中，良好的愿望遭遇基层干部队伍的具体情况，就成了负担。让基层填几张表，单就这件事情来说，其实不算什么事。然而，每个部门都这么想，都不去考虑“扁担”的承受力，一个劲地往“箩筐”里装任务，基层干部就到了“挑不动”的程度。

脱贫攻坚从某种意义上说，是一次社会总动员，动员起各个方面力量来补短板、啃硬骨头。“三农”多少年来就是我们工作的“重中之重”。正是有了过去多少年的坚持与重视，脱贫攻坚总动员才

能更好地发动起来。这两年的脱贫攻坚是全方位、深层次的社会动员和攻坚。脱贫攻坚在贫困地区带来革命性社会变化的同时，也在某种程度上暴露出基层工作的不足。不少发展的迫切要求和攻坚任务，单靠基层干部队伍是难以胜任的。因此，这些年大量干部被派到农村住下来帮扶群众脱贫。

基层干部队伍是乡村社会治理的主体。我们都要体谅基层干部，时刻想着“扁担就一根”，不能不加选择地把工作任务向基层的“箩筐”里装。推动基层工作，加强基层社会治理，要时刻想到基层干部的实际，既要提出高标准，也要让基层干部可以喘口气，跳起来能够得着。如果一味地往基层的“箩筐”里装各种工作任务，忽视了干部队伍的实际状况，那就可能“折了扁担”，毁了我们的事业。

## 如何看待春节票房先扬后抑

潘 璐

目前，我国电影市场总体价格水平已经不算低，上浮空间非常有限。如果影片质量过硬、定价合理，薄利也可以实现多销，吸引更多观众走进电影院。

根据猫眼电影数据，农历正月初一，全国电影票房高达14.4亿元，比去年同期的12.8亿元增长12.5%，不仅创下单一单日票房最高纪录，还创造了全球单一市场单日票房新高。不过，此后几日的票房逐步回落。从除夕到初六，票房共计58.4亿元，仅比去年同期略增1.7%，不仅低于前几天的预期，如扣除价格因素，实际观影人数仅接近去年同期。

对此，有人指出，高票价是春节电影票房先扬后抑的主要诱因。其理由是很多地区特别是一些三四线城市节日电影票价大大超过平时价格，动辄百元，甚至高达160元左右。但也有分析认为，节日票价随行就市是一种市场行为，一些影城平日惨淡经营，就靠节日观影高峰时收回成本，节日票房先扬后抑未必是高票价惹的祸。

笔者认为，上述观点都有一定道理。作为一种文化消费商品，电影也是有性价比的。笔者假期在猫眼电影下单时发现，评分较高且价格较低的影片，上座率都很高，甚至屡屡出现满场。反之，评分低、价格高的影片则观者寥寥。同样的影片，40元的票价，上座率就大大高于百元以上的票价。

一些影城寄希望于节日期间提高票价多挣一些，这种愿望可以理解。但是，与民航、外卖等行业节日价格水涨船高不同，电影消费并非如交通、餐饮那样属于刚需。而且，目前我国电影市场总体价格水平已经不低，上浮空间非常有限。如果一些地区春节电影票价

定得过高，就会把一些潜在的消费群体拒之门外。

横向来看，票房与票价，以及与居民收入水平之间，有着密切的关系。据报道，春节7天长假，北京电影票房同比增长19.5%，观影人次增长7.7%，不仅实现了双增长，且增长幅度大大超过全国平均水平。而且，比较票房和人次两个增幅可以看出，北京春节电影票价确实有所上涨，但由于北京等一线城市居民收入水平相对较高，票价涨幅在相对可以接受的幅度下，还是有很多观众走进了电影院。

纵向来看，根据笔者的经验，四五十年前，电影票价两角或一角五分，那时大学毕业生的工资是56元。2017年，全国城镇非私营从业人员年平均工资7.4万元（税前），每月6000多元。按这个数据计算，几十年工资增长了一百零几倍，但电影票价按一百元计的话，增幅就高达近四百倍。这样算来，观影就成了一种高消费。如果票价与收入增长同步，目前电影票价应该为25元至40元左右。当然，这也正是当前的平日电影价格水平。

随着电影技术与艺术的进步，在大银幕、立体声乃至4D影厅内感受到的视听冲击和享受，绝非观看电视机、平板电脑或高清手机屏幕可比。春节期间，北京电影票房与观影人次的双增长，以及正月初一票房再创新高，都证明如果影片质量过硬、定价合理，薄利也可以实现多销，吸引更多观众走进电影院。



商海春作（新华社发）

## 流量刷手

近些年，电视剧播放量破纪录的消息层出不穷，当人们还在为某电视剧网播200亿次的纪录惊讶时，很可能另一部剧集就以破400亿次的网播量紧随而至。媒体调查发现，有一些微博小号或网站在从事“刷流量”方面的操作，花30元就可以增加一条短视频1万次的播放量，10元可以买200个赞、20元可以买500个赞，300元就能增加1万名粉丝。显然，一条依附在流量数据上的影视产业造假链条暗流涌动。对于这种行为，监管部门可采取设立“黑名单”、违规主体曝光等形式，为行业发展划定红线，加大处罚力度。

(时 锋)

## 影视业“冰火交织”困局待解

梁剑箫

最近，我国影视业出现了“冰火两重天”现象。一方面，影视公司不断被各大平台砍价限价，影视剧行业资金投入专业化不足，以及影视公司对平台过度依赖。

对比世界影视产业格局，我国影视公司资金投入分配极不平均，创作环节所得尤少。比如，美国头部电视剧制作成本最多可达到单集2000万美元左右，并且按照产品生产流程各环节重要性科学投放，在前期故事策划和创作、中期导演及表演阶段以及后期制作层面合理匹配资金；我国同类产品单集成本最多1000万元左右，80%甚至90%都投给了表演环节，钱都“砸”向了流量明星这些随时可流动的价值载体上，原创影视IP研发和制作却只能得到极少的资金支持，这就难以形成更多可固化价值。落后的生产思维导致了不科学的成本分配，自然不可能让原创IP形成持久孵化的优质环境，更无法产生长期效益，还会导致以人力资源为主的影视产业元素在市场上过度分散，严重影响影视公司核心竞争力的提升。

同时，大量影视公司不注重积累内

容资源，唯平台马首是瞻，尽管每年会有稳定的平台订单量和利润空间，却难以将体量做大，因此无法具有长期资本市场价值，更不会突破估值天花板。但是，西方发达国家同类企业则一直以优质内容作为核心竞争力，并精耕细作。例如，迪士尼2019年将凭借自身强大的内容控制力推出类似Netflix的视频流媒体服务。这一案例说明，只要优质内容足够多，影视公司就能独立搭建直接面向消费者的视频平台，具备与平台公平对话的能力。

因此，若要改变我国影视产业供需失衡状态，破解“冰火交织”困局，需要双管齐下，从供给端入手优化产业结构。影视公司务必转变固有观念，将资金用对用好用到位；在此基础上，努力积累超级影视IP集群，始终保持独立意识，通过优化公司内部治理结构，逐步搭建自己的内容播出平台，建立专业化的平台独立型公司，让现代化影视工业生产流程理念有机融入每个环节，从而打破价值天花板，有效提升产业盈利能力。



1月份，我国外贸以8.7%的增长实现了“开门红”，成绩来之不易。在外部环境复杂严峻、经济下行压力有所加大的形势下，这份成绩单不仅折射出我国外贸内生动力的不断增强，也体现出我国外贸发展的较强韧性。

在看到上述亮点的同时，也要看到当前我国外贸仍喜中有忧，且这个“忧”未来很有可能会随着外部需求减弱有所加大。综合各方面分析看，对全年外贸发展应保持谨慎乐观态度，就进出口具体数据看，有三方面的变化值得重视。

首先是贸易顺差的扩大。数据显示，1月份我国贸易顺差2711.6亿元，同比扩大了1.2倍。之所以出现这种情况，从技术层面看，主要还是季节性因素所致。通常情况下，每年初的外贸数据会因为春节产生明显的波动，生产厂家往往习惯于赶在春节前集中出口，再加上去年同比基数较低，直接推高了本月出口增速，导致了贸易顺差扩大。

其次是我国对欧盟、东盟及“一带一路”相关国家等主要贸易伙伴的进出口呈现较快增长，但中美贸易在下降，这从一个侧面反映出我国出口市场多元化建设取得了阶段性成就。下一步，继续加大贸易市场多元化建设，仍是稳定外贸增长的重要路径之一，需要加以重视、形成合力。我们应该把困难估计得更充分一点，尽量把贸易摩擦带来的损失降低到最小。

第三，科学看待不同货币计价给外贸增速带来的影响。1月份，如按美元计价，我国进出口总值仅增长约4%，若按人民币计价，我国外贸增速8.7%。单从数值上看，两者相差1倍多，这有可能会引起市场误读，继而影响外贸发展的预期和信心。需要指出的是，统计结果之所以出现如此悬殊的差别，主要是因为去年人民币汇率出现了较为明显的贬值，在一定程度上影响了外贸统计数值。今年人民币汇率如果能在一个合理水平上保持基本稳定，两种货币计价的贸易额及增速差距将会明显缩小甚至同步。

从外贸业发展的自身规律看，仅凭单月数据尚不足以对全年外贸作出准确判断，应把关注的重心转移到对外贸中长期走势的研判上，既要看到外贸发展存在的有利因素，也要正视未来可能出现的更多困难，采取更加有效有力的举措，不断增强外贸发展内生动力，推动外贸在稳定增长的基础上走高质量发展之路。



陆大道  
中国科学院院士、中国地理学会理事长

## 找准区域经济发展的金钥匙

国家级新城新区要从全国范围考虑分析得出科学的定位，要看相关区域经济支撑潜力，包括工业、财力、经济对外辐射能力。不少新城新区制定产业规划时往往仅凭主观臆断，普遍缺乏必要的产业支撑，相应的地区经济增长潜力无法满足规划目标。所以，在论证产业时要重点考虑全国经济增长的大环境、大趋势，能否形成新的产业集聚。经济增长的空间以及资源、环境硬约束越来越突出，地区经济发展的关键是能否在竞争合作中找准自己的优势和产业分工，把各自的发展潜力发挥到最大。谁找准了自己的优势，谁就找到了区域经济科学发展的金钥匙。

盘和林  
盘古智库高级研究员

## 支付费率上调是一种必然趋势

近期，业内多家聚合支付公司纷纷上调支付费率。支付机构上调费率与近日合规性成本提升，尤其是备付金100%集中交存央行后利息收入降低等直接相关。但更为深层次的原因是，支付机构市场竞争格局基本已定，巨头们进入利润“收割期”，支付费率上调是一种必然趋势。此轮支付机构费率上调主要是针对商家收款的。从表面上看，并不直接增加消费者负担，然而“羊毛出在羊身上”，费率归根结底还是会体现在营运成本之中，最终可能会转嫁到产品及服务上。不过，目前上调的数额非常低，对商家和消费者影响非常有限，基本上可以忽略不计。

冯 奎  
中国城市和小城镇改革发展中心学术委员会秘书长

## 用城镇化手段来推动乡村振兴

乡村振兴在城镇化进程之中，要把握好两者互动关系，用城镇化手段来推动乡村振兴。《国家新型城镇化规划》指出，到2020年要实现常住人口城镇化率达到60%左右，还有很长的路要走。需要特别警惕的是，随着人口大量向城市尤其是大都市圈集中，如果不研究人口的变动趋势，很可能误判形势。同时，乡村是高度分化且高度复杂的。乡村距离城市远近的不同和振兴程度的不同，决定了乡村所在区域发展阶段和振兴路径的不同，所以一定要把握分类分批、梯次推进的关系。

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 祝伟



影视业繁荣与萧条并存，折射出供需结构长期失衡。若要改变我国影视产业供需失衡状态，破解“冰火交织”困局，需要双管齐下，从供给入手优化产业结构，让现代化影视工业生产流程理念有机融入每个环节，提升产业盈利能力。