

城市锐评

## 年终考核莫陷入形式主义的泥淖

■朱波

近日，中央纪委国家监委网站在“漫画说纪”栏目，以《@党员干部，年终考核莫搞形式主义》为题，为年终考核细致精准勾勒出了一幅“政治画像”。漫画直击问题、文字精辟讽刺，每一张都耐人寻味。

年末岁初，年终考核如期而至。年终考核评比本是对全年工作情况、成绩效果的一次综合考评，但在个别地方，年终考核披上了形式主义的外衣，让考核评比走样变味。为此，漫画专门列举“一刀切 不看质量看数量”“名目繁多 加重基层负担”“照抄照搬 敷衍了事”“弄虚作假 花样迎检”“热衷拉关系 积极公关”“临时抱佛脚 突击补短板”等六种表象，尤其画面中的对话，看似浅显却切中时弊。

年终考核陷入形式主义的泥淖，基层党员干部满腹牢骚，群众调侃取笑：“工作不够，材料来凑”“不怕工作干不好，就怕迎检不取巧”。考核评比陷入套路化、以工作痕迹论英雄，干部报喜不报忧、检查考核组总是按当地指定的路线或单位等，造成检查考核结果与实

绩“两张皮”，不仅增加了党员干部的投机心理，助长了取巧歪风，也使很多工作停留在纸面不落实、项目定位在点上不扩面、迎检“盆景”打造得相当“高产”，而面上“风景”却难尽如人意。后果是既浪费了大量的人力物力财力，也让不懂套路的“老黄牛”流汗又流泪。

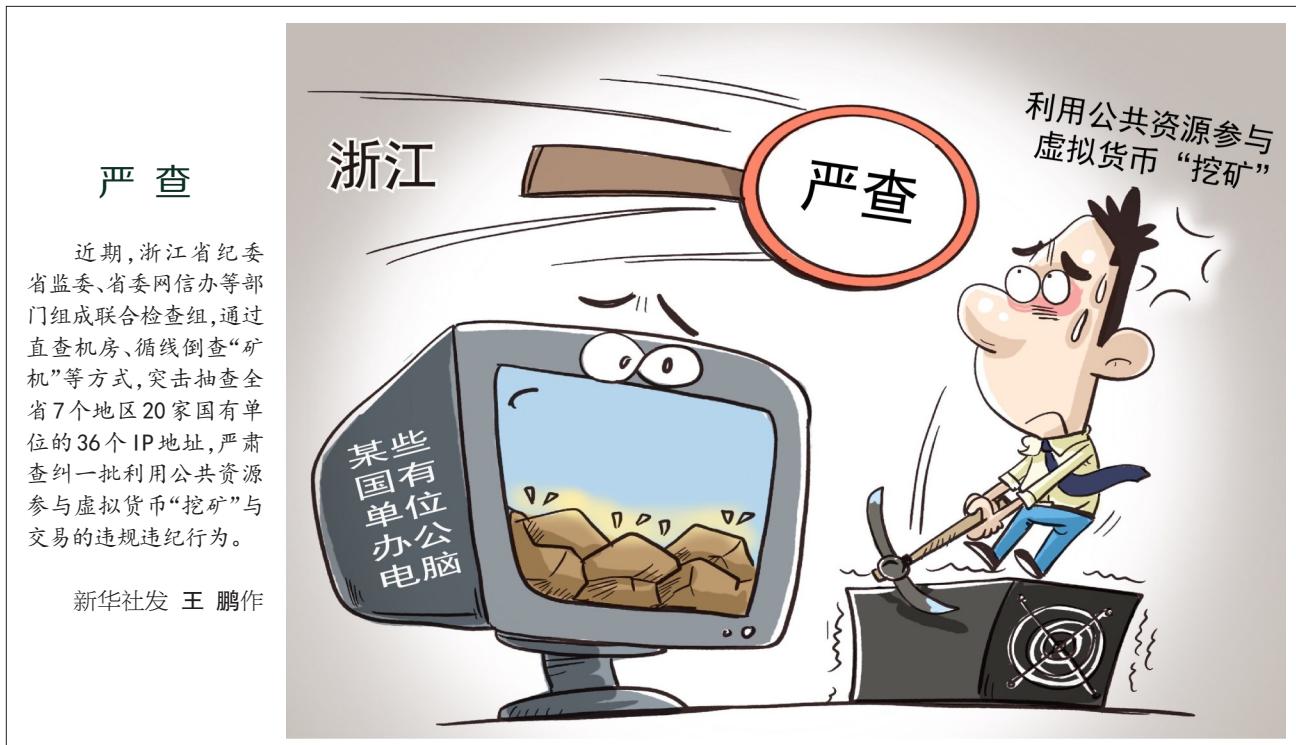
平心而论，一些地方形式主义、官僚主义问题依然存在，导致基层苦不堪言的问题，既不能简单归咎于上级决策的不接地气，亦不能简单理解为基层工作的教条僵化，而是地方政府间上下级关系的失衡、责权利不对等的结果，是治理体系和治理能力不足的表现。

年终考核是无形的“指挥棒”，但也需要科学恰当使用，方能发挥激励基层党员干部担当作为、倒逼问题整改的作用。其实，中共中央办公厅就检查考核“套路化”“一刀切”“一锅煮”等现象，专门印发了《关于统筹规范督查检查考核工作的通知》，聚焦实践突出问题，采取有力有效措施，进一步增强督查检查考核工作的科学性、针对性、实效性，让督查检查考出真水平。

说到底，解铃还须系铃人。避免年终考核套路化，关键是要坚持以实现

目标为导向、以结果论英雄的奖惩制度，做到多点真诚、少点任性，多想方法、少走套路。因此，各级党委政府要坚决撤销形式主义、劳民伤财、虚头巴脑的检查考核评比事项，大幅度压缩数量；要建立督查检查考核正面清单，该公开的公开，接受社会监督；年终考核要立足任务性质和工作实效，不宜片面追求高级别，不搞层层加码。层层加码，看似思想重视、管理严格、追求高标准完成任务，实际上则是形式主义的表现。更不得搞对口陪同、层层陪同、边界迎送，切实减轻基层迎来送往的压力。

当然，为基层减压减负，只减督查检查考核数量还不够，还要改进督查检查考核的方式方法。要坚持走群众路线，多到现场看、多见具体事、多听群众说，积极鼓励督查检查考核不打招呼、不发通知，注重工作实绩，注重及时反馈，千万不能简单化地以问责代替整改、以问责指标搏政绩、将层层传导压力异化为问责层层加码，更不能搞“不问责就追责”“一刀切”的考核评比标准，真正形成“检查—反馈—整改—提高”的闭合回路。



微言微语

## 《童话大王》遗憾停刊，知识产权保护为何这么难

背景：

近日，郑渊洁在个人微博发文称，为了把更多精力投入到自己创作角色的商标权维权，决定于明年1月停刊连载出版了36年的《童话大王》。多年来，因作品中的角色被恶意抢注商标，郑渊洁饱受困扰，至今仍有672个商标需要维权。网友们唏嘘：“童年回忆将成为绝唱，原因竟是为了维权。”一个作者的维权之路，何以走得如此艰难？

**@潘锋印：**恶意囤积、恶意注册、恶意攀附他人商誉的行为，违反了诚实信用原则，也是对知识产权制度的滥用和伤害，是创新驱动发展战略在知识产权

领域实施过程中的一块绊脚石。

**@佳加：**这是一件有点悲哀的事情，因为作品“被看到”是绝大多数创作者希望的，但因为虎视眈眈的“商标贩子”，创作者不得不以这样的方式保护知识产权。抢注商标这件事，甚至已经发展出了一条灰色的产业链。只有当保护知识产权问题被广泛关注，形成全社会共识之时，灰色产业链才会在法治阳光照耀下消失。

**@中青评论：**和仿冒名牌、滥用名人姓名等商标侵权行为不同，针对虚构人物、著作标题等文化IP的商标侵权行为，在法律上一直有一定的模糊空间。在这种情况下，难免有人想要钻法律的

空子，恶意抢注这些商标。一旦审核者一时“手松”，创作者又没能在第一时间提出异议，这些商标便可能顺利“转正”。创作者之后再想维权，便难上加难。

**@《光明日报》：**如何能够把保护产权的工作部署到位，让侵权行为没有立足的空间，需要相关部门及时落实。同时，如何能够为保护知识产权提供一条更加低门槛、易操作的路子，也是相关部门应该回应的需求。术业有专攻，比起维权的成就，相信人们更希望看到的是《童话大王》的复刊。作家踏踏实实地写作，少了被侵权的后顾之忧，良好的创作环境本该是如此。

## 解决APP账号注销难 需列出负面清单

■张淳艺

日前，中国消费者协会发布《50款APP账号注销及自动化推荐退订测评报告》。在是否可以顺利注销APP账号方面，50款APP中有20款存在不同程度问题，占总排查比例的40%。这些问题包括未注明注销条件、注销条件设置不合理、无法通过APP直接注销等5大问题。

“上船容易下船难”，这是许多消费者对APP最直观的感受之一。消费者只需填写简单的个人信息就能实现一键注册，但想要注销APP账号时，难上加难。一些APP要么找不到注销选项，要么流程复杂，门槛重重。

事实上，注销APP账号是消费者的法定权利。早在2013年工信部公布的《电信和互联网用户个人信息保护规定》就明确规定：“电信业务经营者、互联网信息服务提供者在用户终止使用电信服务或者互联网信息服务后，应当停止对用户个人信息的收集和使用，并为用户提供注销号码或者账号的服务。”2019年1月1日起施行的《中华人民共和国电子商务法》则专门规定：“电子商务经营者应当明示用户信息查询、更正、删除以及用户注销的方式、程序，不得对用户信息查询、更正、删除以及用户注销设置不合理条件。”

从中消协发布的测评报告看，四成APP仍不同程度存在账号注销难问题。其中，除了未注明注销条件、无法通过APP直接注销等“明枪”，还有注销条件、流程设置不合理等“暗箭”。有的APP要求，申请注销的账号应处于正常状态，账号信息过时、缺失的账户不能被申请注销。试问，用户都决定不再用APP了，再更新完善账户信息还有何意义？APP这样做的真实意图不免让人疑窦丛生。还有的APP规定经人工审核方可注销，用户申请相关操作或是无人受理，或是审核遥遥无期，让消费者欲哭无泪。

业内人士指出，APP注销难有技术方面的原因，但核心是利益问题。数据是互联网企业的灵魂，特别是在资本市场上，数据可以成为融资的重要筹码。与此同时，我们还应看到另一个关键问题，随着经济社会的发展，要想切实保障消费者的合法权益，相关法律法规也要更加精准、逐步细化，防止企业和商家钻空子。以“不得对用户注销设置不合理条件”为例，对于账户注销协议中的部分格式条款，消费者认为不合理，但企业自认为合理，消费者只能被迫接受。

2015年新版《中华人民共和国广告法》规定，利用互联网发布、发送广告，不得影响用户正常使用网络，确保一键关闭。于是，一些网站想出了变通办法，设置广告关闭倒计时，既不违反法律规定，又让用户乖乖看完广告。对此，最近公开征求意见的《互联网广告管理办法(公开征求意见稿)》明确指出，互联网广告应确保“一键关闭”，且不需等倒计时，从而堵上了这一漏洞。

同样，在APP账号注销难的问题上，法律法规也亟待细化，予以规范。有关部门应认真研究APP运营企业的“三十六计”，有针对性地见招拆招，给注销的不合理条件精准画像，列出负面清单，彻底打碎一些企业的“小算盘”。