

维权说法

WEIQUANSHUOFA

并非一般意义上的“案子”新闻,而是想通过如实的报道,反映科技界的权益、责任和义务

■你说我说

文·王建芳

广东省人大常委会召开立法专题调研情况通报新闻发布会,调研情况显示,影响广东省改革发展稳定的问题集中在信访、农村管理和劳动关系等方面。省人大法制委主任委员金正佳称,基层干部将60%的精力花在信访维稳上,信“访”不信“法”的问题突出。(5月21日《南方都市报》)

改革开放以来,我国经济发展取得明显成就,然而与之相应的法律法规体系却相对滞后,且不论法律体系完善程度如何,单是已有法律的执行力便不能让人满意,屡屡因为行政特权、执法疲软,人情大于法等而遭诟病。导致法律公信力在人民群众心中每况愈下,权益遭受侵犯,群众首先想到的不是诉诸法律,以求维权,而是选择信访这种

信“访”不信“法”,让谁难堪?

相对“昂贵”的方式。这无疑是一种“舍近求远”的做法,但是人民群众却“乐此不疲”,如此信“访”不信“法”,到底难堪了谁?同时,它所暴露出来的问题也不能不令人深思。

首先,我国部分法律制定粗糙,没有经过仔细推敲验证,也没有经过全国人大讨论,多数以国务院颁发“条例”的形式出台。因此,其实际效用、适用范围和可操作性大大降低,生活中发生的很多案例找不到相应的法律条款予以“对号入座”。此时,常常根据法官或者陪审团临时商议协定来判决,这难免导致判决结果受到主观因素、行政特权和人情执法等众多因素的影响,而造成不公平、不公正判决,进一步损害法律尊严和公信力。

其次,权利敲诈、行政特权、人情执法等因素干扰司法效力。近期,全国各地频频发生办案执法人员借手中权力和职务之便打劫、敲诈受害者的事件,数日前,一男子被谋杀,案件尚未侦破便要家属交付尸检费。此事件便是执法办案人员利用职权之便打劫、敲诈的真实写照。案件尚未侦破是不争的事实,况且鉴定委托方是公安机关,家属本不该承担这笔费用。然而,强权之下,受害者只能被迫奉行“民不与官斗”、“敢怒不敢言”的他们为维权“舍近求远”,选择信“访”也就不难理解了。

最后,基层干部身为百姓“父母官”,自然是应该以民生大计,人民利益为己任,“想民之所想,急

民之所急”,与人民群众一条心,为群众谋福利。然而,新闻中的基层干部不仅没有做到以人民利益为己任,更没有做到为人民谋福祉。拿着人民“血汗钱”的他们,在人民群众合法权益遭受侵犯之时不但不能以援手,反而花费大量人力、财力、精力,千方百计堵截上访,给群众的上访维权之路设置重重障碍,这同样难免让人心寒。

盖因此,要打破民众信“访”不信“法”的尴尬局面,国家各级相关部门必须设身处地为民众着想,急民之所急,坚持将为人民服务、为人民谋福利作为己任,将这一信念贯彻落实到底,以“疏”换“堵”才是解决问题之根本。围追堵截、暴力维稳只是治标不治本,甚至可能取得适得其反的效果。

■法治时刻

全国查处违法违规网站1万余家 “净网”行动将延长至6月底

新华社北京5月22日电(记者 董静)记者日前从全国“扫黄打非”工作小组办公室获悉,全国“净网”行动共查处违法违规网站1万余家,收缴各类非法出版物560余万件,其中淫秽色情出版物18万件,共查处“扫黄打非”案件2200余起,其中淫秽色情出版物案件、网上制售传播有害信息案件300余起。

据介绍,“净网”行动自3月启动以来已取得明显阶段性成效,各地高度重视、创新机制、开展严格督导检查;部门分工明确、配合协作;实施网络监测、定向查处;约谈重点对象,突破难点。下一阶段,“净网”行动将延长至6月底,主要任务包括进一步督办重点案件,提高网站备案率和备案准确率等。

上海:实现监测查处对接 对虚假医疗广告持续曝光

新华社上海5月22日电(记者周琳)“亚洲第一”“规模最大”“国际最先”,这些听起来很美的词语,却往往是“违法虚假医疗广告”常常打出的招牌。上海工商部门探索出一条监测查处对接、快速反应,提示警示结合、持续曝光的路子,让违法虚假医疗广告“无所遁形”。

虚假医疗广告打击难在哪里?违法成本低、经济效益大,很多不法分子常常“打一枪换一个地方”,监管部门唯有发现早,才能有效打击。

上海市工商局广告处处长缪钧介绍,从2005年开展专项整治至今,上海工商部门已经将打击虚假医疗广告常态化、长效化。早在1999年,上海就成立了广告监测中心,对违法虚假广告进行分类监测。

“发现一起,就立刻查处一起。”缪钧说,这个监测平台已经实现了横向系统共享,和企业注册系统、12315投诉系统紧密相连,监管部门能第一时间掌握举报和主动发现线索。

而且,监测和查处、曝光系统也是互通的。一旦接到举报或监测到线索,所有信息都在市内各级工商部门的系统内共享,媒体也能通过一定方式查到案件进展,整个过程高效透明。

上海工商部门还建立了舆论反制机制,通过事前审查提示、事中违法警示、事后查处公示的手段,惩戒和威慑违法分子,警示相关媒体。

2008年,上海医药保健类广告违法率为0.92%;2012年,违法率已经降至0.65%。在2012年上海查处的多起违法广告中,虚假医疗广告只占其中五分之一,比之明显降低。

随着互联网的普及,网上的虚假违法医疗广告可谓“防不胜防”。近年,上海工商部门将网络也列为重点监测对象,以便及时跟进查处。

缪钧说,24个门户网站、专业网站、电子商务网站都纳入了日常监测范围。此外,工商部门还对一些小网站不定期进行关键词巡查、初筛,再人工甄别,让这些网站也难以离开监管的“法眼”。

“但是,广告和信息的界限比较模糊,不好识别,难以定性。而且互联网具有广域性和跨越特点,查处需要部门联动。如遇到服务器在国外的,就更难查处了。”缪钧说,媒体尤其是网络媒体也应承担起更加明确的核查和审查义务。

■资讯

驻藏某部加强官兵安全保密意识

科技日报讯 近日,驻藏某部利用石刻、板报、橱窗等艺术形式,开设安全保密“文化长廊”,加强官兵安全保密意识。在该部的“文化长廊”,随处可见线条细腻、寓意深远的石刻,上面镌刻着“泄密就在瞬间”等内容的警示语;还在板报、橱窗勾画和粘贴有诙谐幽默的安全保密宣传漫画,使官兵们在欣赏艺术作品的同时,加强了安全保密意识,深受官兵欢迎。(高建斌 李平)

驻藏某部整顿作风纪律

科技日报讯 近日,驻藏某部在圆满完成巡逻执勤任务后,针对该部少数官兵存在纪律松散、作风松散、制度落实不严等问题,集中时间开展了作风纪律教育整顿活动。活动中,通过采取召开军人大会进行思想动员,组织条令法规学习、队列养成训练、警容风纪检查等方式,有效提高了部队正规化建设水平。(高建斌 罗家社)

潍坊海关为国际蔬菜科博会服务

科技日报讯(徐俊杰 记者姜婧)自4月20日第十四届中国(寿光)国际蔬菜科技博览会在寿光国际会展中心开幕以来,山东潍坊海关主动与筹委会联系沟通,提前了解展会及参展企业有关货物通关需求,制作通关指引手册现场发放,并安排专人全程提供政策指导,在会展现场设立“海关业务咨询台”,方便企业现场咨询和业务电话预约。展会期间,该关共指导服务6家参展台湾企业进口蔬菜、水果12批次,货值45万元。

网络盗版泛滥成灾,网络版权何去何从?

——全国首例数字高清影视作品网络盗版案带来的启示

文·实习生 徐冰

近日,号称“中国数字高清第一门户网站”的思路网,因涉嫌传播盗版高清影视、游戏及音乐作品,被执法部门查封。作为国内盗版数字高清影视类案件此次查处尚为全国首例。

然而,思路网的查处仅揭开了网络盗版的冰山一角。

在这个网络盗版横行的时代,尽管越来越多的人意识到网络盗版的危害,但人们似乎已经习惯了“免费”的网络资源。在业内甚至流传着“侵权者生,不侵权者死”这样一句话。面对这种局面,网络版权该何去何从成了一个难解之谜。



灰色产业链 与搜索、广告结成联盟 风头一过“东山再起”

受思路网被查处影响,国内几大视频下载网站为“躲避保护知识产权的风头”接连被封或关闭。据了解,尽管近几年正版环境有了很大改观,但多种网络资源盗版现象已然成灾,一些盗版网站规模甚至超过了正规网站。

南京一位IT业内人士表示,一些小型盗版网站本身不提供资源,而是通过一些P2P(点对点传播技术)构架的资源发布软件,使得网友可以自行发布资源。网站再将这些资源整合,供其他人共享。“因为视频都是个人提供的,就算是盗版,也没法追究网站或软件的责任。而且,如果想追踪最初的持有者,如同海底捞针。”因此,这些人能够轻易建立起盗版网站,就算

“迟到”的查处 网络盗版猖獗是一个全球性的问题

对于网络盗版屡禁不止的局面,这次查处可谓姗姗来迟。中南财经政法大学教授熊琦表示,网络盗版问题的猖獗,其实是一个全球性的难题,我国与发达国家同步面对。然而不同的是,由于发达国家的版权产业已经极具规模,因此无论是反对网络盗版还是推动网络立法,都有非常成熟的应对机制。

熊琦分析称,自20世纪90年代末开始,美国版权产业主体就大规模针对网络服务提供商和网络用户提起侵权诉讼,大幅提高了网络盗版的侵权成本。同时,版权产业主体积极将修法诉求与政府沟

双重压力 版权产业问题繁多 转型迫在眉睫

我国出版业侵权已进入传统盗版与网络数字化盗版并重的阶段,而网络数字化盗版暴露出来的治理难题更为棘手。周彦说:“目前除了仍然面临互联网环境下的版权保护问题和网络商业模式缺乏等问题外,相关行业标准、企业融资、分配机制以及内容创作、收费机制等方面所存在的问题依然亟待解决。”

熊琦表示,与21世纪第一个十年相比,我国无论是互联网立法还是执法,都进入到了一个新的阶段,抑制网络盗版的相关法律法规先后出台,司法

专家建议 加强执法部门协作 建信息共享平台

针对这次首次查处网络侵权案件,熊琦表示:“网络著作权侵权具有技术性和隐蔽性的特点,因此与以往针对图书音像市场的扫黄打非和著作权

机关的执法能力已经完全能够解决现阶段的网络盗版问题。”

据办案人员介绍,此次案件是在北京市“扫黄打非”办公室的协调下,执法总队与公安司法机关密切协作,多次会商疑点难点,最终排除法律和技术上的障碍。

熊琦建议,从著作权行政执法的角度出发,

入网监管严防死守 加大惩治力度是关键

业内人士坦言,网络盗版维权道路并不好走。“很多盗版网站根本找不到人,这些网站的备案信息甚至身份证明都是假的。此外,各地执法并不统一,在很多地方,盗版网站、团伙是公开存在的。”

周彦建议,首先应该加大对经营性网站登记和非经营性网站备案工作的力度,对未经登记或者备案的网站,提供虚假信息骗取登记或者备案的网站,不具备相应资质的网站和经版权部门认定专门从事侵权盗版活动的网站,一律依法关闭和取缔。

其次,依法严肃查处互联网接入服务提供者的违规行为。对违反规定未经登记或备案的网站提供接入服务者,不按照有关规定记录或者保存有

相关链接 国外盗版也惊人 角色扮演类游戏盗版率最高

丹麦奥堡大学以及哥本哈根商学院最新报告指出,尽管电子游戏行业的盗版现象极为盛行,但问题也许并没有美国娱乐软件协会(ESA)的报告所认为的那样普遍。

报告分析了2010年底至2011年初的三个月中,14个不同游戏平台上的173款电子游戏的盗版率,并发现平均有1260万独立节点在BitTorrent上共享了《辐射:新维加斯》、《使命召唤:黑色行动》、《星际争霸3》、《模拟人生3》等游戏的拷贝版。这一盗版率远低于ESA之前所指出的水平,

ESA报告曾指出在2009年12月份,有200款游戏产生了978万次“非法”下载量。

而在颇具影响力的P2P共享网站TorrentFreak.com上,2010年在BitTorrent下载量最高的5款PC游戏也在此获得了1840万次下载量。

哥本哈根研究还指出,这10款共享最多的游戏在所有独立的节点中占比42.7%,排名前列的20个国家/地区在所有电子游戏节点中占比76.7%,盗版下载量最多的国家分别是罗马尼亚、克罗地亚、希腊、葡萄牙和匈牙利。

“我们在淘宝网上主推的是奥其斯旗下‘微太阳’这个品牌,主推的是LED日光灯管和LED球泡灯等系列产品。‘微太阳’在价格方面定位上更加亲民一些,超低价、高性价比是‘微太阳’品牌产品的优势。”奥其斯副总经理罗嗣辉表示,“我们就是要把奥其斯打造成LED行业的‘亲民’品牌,成为LED行业的‘亲民大使’。”

“目前‘微太阳’在网上销量可观,很多用户更是朋友使用过后推荐购买的,这也很好的说明了奥其斯的产品质量、性价比和品牌美誉度是得到了广大用户认可的。接下来我们会针对一些用户和经销商所提出的意见继续进行改进,继续发挥‘工厂超市’模式的优势,丰富产品系列,做精产品,进一步提升性价比,让奥其斯亲民的品牌形象更加深入人心。”

传播亲民品牌形象,主推LED优势规模产品,让价格和品质来说是奥其斯今年发展的主调。奥其斯的超低价、亲民品牌形象也就成了其品牌强大的“磁场效应”,被众多广大用户和国内外专业买家所交口称赞。

“这是第三次购买该产品,产品质量好,推荐购买。亮度好!卖家发货快!物流很给力!全五分!”这是广东奥其斯科技有限公司(下称“奥其斯”)的官方淘宝店上一位赵先生购买奥其斯产品后的评价。

“奥其斯的产品性价比很高,做工精细,亮度很好,2个9W的LED球泡灯就很好替换了以前家里使用的3个10W的节能灯,值得推荐。”

“性价比、超低价、亲民”,在用户访问中,这三个词代表着消费者对奥其斯最直观的印象。不仅普通用户会选择奥其斯,连专业市场的工程师都会选择奥其斯。

“奥其斯的产品做得不错,我们此次采购LED产品的时候在网上选定了5家公司的产品作对比,通过先期购买少量产品做实验数据对比,在品质方面奥其斯产品和另一品牌都有比较优势,但比起价格来,奥其斯就更胜一筹了,有的单个产品价格甚至低了5块。后经过去奥其斯公司实地考察后,最终我们选定采购奥其斯的产品。”天津一位张先生表示,“专业、高性价比、亲民是我们选择奥其斯的决定因素。”

(雷寒 胡延辉)

燃气热水器节能补贴临近收官 业界呼吁国家政策延续

自去年6月开始实施的暂定一年的家电节能补贴政策,如无延续规划将于本月底进入收官阶段。燃气热水器作为市场主流热水器产品类型,且首次纳入补贴范围,其一年来的市场状况备受媒体和业内关注。

政策实施以来,节能补贴燃气热水器的销量有显著提高。据中怡康的最新统计数据,从2012年6月至2013年3月,燃气热水器累计零售170多万台,其中节能补贴燃气热水器有近17万台,零售量比重达9.88%。而在补贴刚刚实施的2012年6月,节能补贴燃气热水器的零售量占比才4.83%,经过大半年时间的政策拉动和企业推广,整整提升了5个多百分点。可见,节能补贴政策对提高节能燃气热水器产品的市场占比和促进行业整体产品结构的改善有着明显的积极作用。

从品牌份额构成看,主流品牌优势明显,品牌集中度较高。据中怡康的最新统计数据,自补贴政策开始实施到2013年3月,行业龙头万和和划走40.84%的市场份额,稳居行业第一,成为市场销量最大的节能补贴燃气热水器品牌。另外,万家乐以29.01%的零售份额位居第二,海尔及华帝分列第三、第四。

据了解,万和前后共有56个型号112款产品最

终中标节能补贴,创下行业中标产品数量之最,为消费者带来最大的选择空间;同时,万和加强了节能补贴燃气热水器的宣传普及力度和终端出货;在黄金节点强强联合苏宁、国美等大卖场连锁对节能补贴燃气热水器进行让利优惠的“双补贴”;针对现行的一般领补流程,万和还业内首创出“立买立补”的一站式便民领补方式,实现现场购买填资料即可现场领取补贴。国家节能补贴政策锦上添花,企业主动实施积极举措强力推动,在“天时地利人和”的合力影响下,万和成为消费者购买节能补贴燃气热水器的第一选择。

目前,在燃气热水器中只有冷凝式热水器才能达到国家一级能效的补贴门槛,即日常所说的节能补贴燃气热水器就是指冷凝式热水器。经测算,相比普通燃气热水器,冷凝式热水器节能省气1/4以上,每年每台可以为消费者节省电费超300元,如果能在国家家庭得到全面普及,每台万台可减少二氧化碳排放超千吨、省标准煤千余吨,具有显著的经济效益和社会效益。然而,相对于空调行业节能型产品的高普及度,冷凝式热水器市场普及率明显不足,亟需国家延续燃气热水器节能补贴政策,使之成为市场主流,才能充分发挥其节能减排的巨大效益。

客户口碑成就LED行业金杯

“我们在淘宝网上主推的是奥其斯旗下‘微太阳’这个品牌,主推的是LED日光灯管和LED球泡灯等系列产品。‘微太阳’在价格方面定位上更加亲民一些,超低价、高性价比是‘微太阳’品牌产品的优势。”奥其斯副总经理罗嗣辉表示,“我们就是要把奥其斯打造成LED行业的‘亲民’品牌,成为LED行业的‘亲民大使’。”

“目前‘微太阳’在网上销量可观,很多用户更是朋友使用过后推荐购买的,这也很好的说明了奥其斯的产品质量、性价比和品牌美誉度是得到了广大用户认可的。接下来我们会针对一些用户和经销商所提出的意见继续进行改进,继续发挥‘工厂超市’模式的优势,丰富产品系列,做精产品,进一步提升性价比,让奥其斯亲民的品牌形象更加深入人心。”

传播亲民品牌形象,主推LED优势规模产品,让价格和品质来说是奥其斯今年发展的主调。奥其斯的超低价、亲民品牌形象也就成了其品牌强大的“磁场效应”,被众多广大用户和国内外专业买家所交口称赞。

(雷寒 胡延辉)