

以司法力量护航民营经济行稳致远

郑岩

日前,最高人民法院发布7个人民法院依法平等保护民营企业合法权益典型民商事案例,涵盖融资环境优化、股东有限责任激活、历史遗留问题处置、企业名誉信用保护等多个方面。

纠正涉企产权冤错案件,是保护民营企业和民营企业权益的重要内容。据最高人民法院公布,2024年全国法院依法再审纠正涉产权冤错案件46件72人,改判13人无罪。今年以来,对一批不应作为犯罪处理的涉企案件,依法宣告无罪或建议检察机关撤诉。建立常态化甄别纠正机制,不是着眼于个别企业的特殊问题,而要让广大民营企业 and 企业家吃下法治“定心丸”,为民营经济持续、健康、高质量发展提供坚实司法服务保障。

办案以事实为根据,以法律为准绳。过去,由于政策法律变迁、司法理念偏差等原因,有的办案人员出现法律适用错误、对罪与非罪把握不准确,有的存在重公有轻私营、重打击轻保护倾向,有的掌握事实不清、证据不足,导

致出现冤错案件。及时甄别纠正,体现了实事求是、依法纠错、依法保护的原则,彰显了维护当事人合法权益和社会公平正义的司法理念。纠正过往裁判不会削弱司法权威,更能以“看得见”的公正,赢得企业支持,提振市场信心。

“经营企业就像海上航行,法律好比是护航的船帆,既能助我们扬帆前行,也可以帮我们抵御风浪。”一位经营者的感慨,道出了民营企业的心声,成为“法治是最好的营商环境”的注脚。“十五五”规划建议将“强化产权执法司法保护”作为“充分激发各类经营主体活力”的重要内容,体现了营造法治化营商环境的重要意义。今天,民营经济有力稳定增长、促进创新、增加就业、改善民生,成为推进中国式现代化的“生力军”。发挥司法职能、优化营商环境,是坚持“两个毫不动摇”的必然要求,是帮助企业纾困解难、应对挑战的有效之举。

司法的智慧在“破”也在“立”。一方面,公正司法是维护社会公平正义的最后一道防

线。从防止利用行政或刑事手段干预经济纠纷,到规范处置涉案财产,再到严惩造谣抹黑、敲诈勒索,将有效保护民营企业及其经营者合法权益。另一方面,民营企业最期盼的是平等法律保护。依法保障市场准入,深化反垄断和反不正当竞争司法,切实解决拖欠中小企业账款问题等难点痛点,有助于稳定民营经济发展预期。从源头治理到后端纠偏,全链条护航营商环境,民营经济发展的法治土壤才能更加肥沃。

人民法院依法依规做好信用修复,检察机关推进涉企违规异地执法和趋利性执法司法专项监督,公安机关重拳打击串通投标等犯罪……企业需求在哪里,司法服务就跟进到哪里。更好贯彻落实民营经济促进法,以规则之治激发市场活力,以权益保障释放发展动能,定能推动民营企业和民营企业专心创业、安心经营、放心发展,以更加昂扬的姿态逐梦前行,为推进中国式现代化注入强劲动力。

(来源:人民网)

这一幕是文明该有的样子

蓝浩

近日,苏州地铁车厢里发生令人动容的一幕。奶茶不小心泼洒一地,女乘客在用纸巾清理后又摘下围巾俯身擦拭。那一刻,她一定没有想到这个简单的动作会在网络上广泛传播。地铁车厢,常常因为抢座、争执而出现在社会新闻中。这次,同样的场景,这个持续数分钟的擦拭显得格外特别——它无关规则强制,也不是旁人要求,只是一个普通人对自己无意间造成的不便,选择了最朴素的担当。

为何这样一个简单的举动能引发如此广泛的共鸣?或许是因为,在公共意识日益被关注的今天,我们越发珍视这种发自内心的自觉。公共环境的整洁,常常依赖于保洁人员的辛勤劳动和规章制度的约束,但这位女乘客的行为提醒我们,最持久也是最低成本的维护其实源于每个人将公共空间视作“延伸的家”的

那份心意。它不需要多么高尚的语言,而是就蕴含在一个主动清理的动作中。

城市的回应,同样值得回味。苏州地铁没有让这个温暖的故事止于网络热议,而是主动寻找、公开致谢、准备礼物。机构对个人善意的珍视,本身就是一段现代城市的文明佳话。它告诉我们,美好的行为不仅会被看到,也会被看重。当城市管理带着温度,市民的文明举动就有可能从偶然变成常态,由个别人带动越来越多的人。

进一步看,这个故事之所以动人,还因为它脱离了好人好事的简单框架,展现出一种更为温暖平等的文明观。女乘客的清理行为,虽然弄脏了一条围巾,却不带有一丝勉强。地铁方的致谢,也并非自上而下的表彰,更像是一次对市民的友善致意。这让文明行为变得可

亲可学,它告诉我们,文明不是高高在上的标杆,而是做好每个人分内之事的自然结果。

网络时代,我们常感叹注意力被冲突或争议所吸引。但这个“围巾擦地”的一幕被看到、被传播、被赞扬,本身也反映出社会形态中明亮的一面。人们转发点赞,不仅是在表扬这位女乘客,也是在肯定自己心中认同的一种价值观——责任、体恤、自觉。每一次传播,都是对这种价值观的一次认可,也是在喧嚣的网络空间中为我们期待的公共生活描绘更清晰的蓝图。

最终,所有的赞美与回响,都将回归平凡的生活场景。文明该有的样子,就是个人自觉而坦然地做好该做的小事,而社会报以真诚的掌声。掌声会散去,但那份由己及人的友善和自觉,会在整个社会静静流淌。

(来源:光明日报)

民生药箱“保基本”还要更多元

新华社记者 徐鹏航 彭韵佳

2025年国家医保药品目录及首版商保创新药目录日前发布。首次发布医保商保“双目录”,标志着多层次医疗保障体系建设迈出关键一步,民生药箱在保好基本的同时,还向更多元发展。

新版国家医保药品目录新增114种药品,肿瘤、慢性病、精神疾病、罕见病、儿童用药等重点领域的保障水平得到明显提升。首版商保创新药目录纳入19种药品,多为创新程度高、临床价值大的药品。医保托底、商保扩容的思路,既体现国家对于群众用药可及性的高

度重视,也精准回应了百姓多元化用药需求。

如何平衡普惠公平与多元选择、兼顾用药可及性与产业创新动力,是医保领域的一道难题。此次商保创新药目录的发布,正是对这一难题的一次有效破题。

“双目录”双轨协同,既坚守了基本医保“保基本”的原则,避免高价药对基金池造成冲击,也为高值创新药开辟新通道,保护企业研发创新药的积极性。

“双目录”的落地,将带来多方共赢的局

面。患者可以通过购买相应的商业保险产品,报销部分医药费用,减轻经济负担;进入商保创新药目录的药品,可以享受医保等部门支持入院的政策;商业保险可以通过纳入商保创新药目录药品,提高参保率。

未来,如何打破基本医保与商业保险的数据壁垒,建立“医保+商保”一站式结算等,还需相关部门进行更多探索,以更好发挥医保托底、商保扩容的作用。在实践中不断优化调整,让14亿多人的生命健康得到更好保障。

“隐者鸭”出圈,影视为非遗传承插上新“翅膀”

春华秋实

据潮新闻报道,最近,在某热播剧中,雕塑家女主角的工作室里,一批“隐者鸭”泥塑凭借独特的造型圈粉无数——鸭子的身上融入了宁波紫金釉、泥金彩漆等多项非遗代表性技艺,颇为绚丽。如今,“非遗+影视”的跨界合作不仅让传统技艺走进大众视野、成为热议焦点,更助力共富工坊、教学热潮、产业联动等多元生态的发展,为非遗传承推广插上了一双强劲的“影视翅膀”。

《延禧攻略》中的缂丝团扇、《梦华录》里的点茶与茶百戏、《临江仙》的皮造花发饰……近年来,非遗借影视之力“出圈”已非新鲜事,曾经深藏于典籍或局限于一城一地的传统技艺,通过影视剧的生动演绎,不再是静止的陈列,而是化为剧情肌理的一部分。这无疑为非遗打开了通往更广阔天地的大门。

影视赋能非遗,最直观的莫过于其“放大器”效应。一部热门影视作品触达千万甚至上亿观众,其传播广度与速度,是传统展览、节庆乃至专著都难以比拟的。当非遗元素以契合剧情、富有美感的方式精准呈现时,能够瞬间

点燃观众的好奇。“隐者鸭”的走红便是例证,社交平台上的二次创作、模仿与热议,让蕴含其间的非遗技艺获得前所未有的关注。

更重要的是,非遗的关注度提升,若能有效转化为对相关产品的消费需求,便能反哺地方非遗产业,催生非遗旅游、非遗研学等生态,让非遗不再仅是等待保护的“遗产”,而是融入当代生活与产业脉络,获得自我“造血”的能力,真正活起来、传下去。

当然,影视剧中的非遗呈现,终究服务于艺术创作与叙事需求,往往经过美学提炼与片段化处理,侧重于视觉冲击,若观众停留于“道具真美”的浅层欣赏,而未能触及技艺承载的匠心与智慧,那么这种关注很可能沦为昙花一现的“打卡”热潮。此外,也需警惕非遗被符号化、浅表化的风险。如果相关剧集仅仅把非遗元素当作营造氛围的“背景板”,缺乏对其文化内核的深入挖掘,长此以往,反而可能削弱其厚重价值,使其在热闹中迷失本真。

因此,理想的路径应是影视与非遗的“双向奔赴”。一方面,影视创作应更具文化自觉,

如果想引入非遗元素,那么在剧本策划、服化道设计等环节,可邀请非遗专家深度参与,确保情节呈现的专业性与准确性。另一方面,非遗传承人与相关机构也需主动作为,借助影视曝光带来的机遇,通过短视频解读、直播演示、线下体验工坊等多元方式,将观众一时的好奇心,引向对技艺本身的深入了解与认同,引向对其背后文化内涵的深入挖掘。

“隐者鸭”的走红是一个生动的信号,在注意力经济时代,非遗需要找到与当下、特别是与年轻一代对话的有效路径。而影视作为最具影响力的大众文化形态之一,无疑是个合适的平台。但归根结底,非遗能否真正翱翔,取决于其自身的生命力。影视可以打开那扇窗,引来目光,但唯有窗内的风景——那份历经时间淬炼的技艺之美、匠心之魂与文化之根足够动人、足够深邃,才能让观众愿意推门而入。

让非遗“活”在荧幕光影里,更要“活”在人间烟火中——这需要创作者、传承人、学界、产业、公众等各方携起手来,共同构建更为扎实、健康、持久的传承生态。(来源:工人日报)

打假羊毛制品不能只靠消费者“火眼金睛”

郭元鹏

一款“保暖羊毛袜,含桑蚕丝”,其羊毛含量只有2%;所谓的“纯羊毛冬季被子”,填充物是夹层状的——有的双层结构,标注上层是“100%澳洲进口羊绒毛”,下层是“超细旦有主超柔纤维(一种合成纤维)”;有的是“三明治分层”,标注上下层是“超细纤维,防钻毛设计(一种合成纤维)”,中间层才是“100%澳洲羊毛”……冬日临近,羊毛羊绒制品进入销售高峰,但不少商家口中所谓的“羊毛”经媒体调查发现,水分不少。

冬季是羊毛羊绒制品的销售旺季。然而,这类产品显然存在不少问题。今年初,央视至少两次曝光了羊绒制品问题,比如有商家用普通针织服装冒充100%山羊绒制品对外销售。此次媒体又曝光羊毛制品也存在虚假问题,这既提醒消费者不要被误导,也警示商家别玩“欺瞒把戏”。

商家套路深,已经形成了“流水线”式的操作。从电商搜索关键词设陷阱,到商品详情页里把真实成分藏在角落,再到花几分钱就能定制一张假标签,每一步都吃定了消费者和商家之间的“信息差”。国家其实有明确标准:毛针织品的羊毛含量应不低于30%,羊毛被的羊毛含量要超过50%。可很多商家用“含羊毛”“羊毛混纺”这类模糊字眼打擦边球,更有甚者,把完全不含羊绒的产品也贴上“100%山羊绒”的标签。

面对这种乱象,消费者维权实在太难。如今面料技术越来越高明,以前靠手感、烧一下闻气味这些土办法,已经很难分辨真假。送去专业机构检测?且不说找哪家、怎么送,光是检测费用就可能比商品本身还贵,耗时又耗力。因此,多数人遇到这种事,只能自认倒霉,而这种“沉默的纵容”,反过来又助长了不法商家的气焰。

更深一层看,这种“掺水”行为伤害的远不止消费者的钱包。它扰乱了市场秩序,透支了整个行业的信誉,等到消费者对所有“羊毛”标签都失去信任时,真正的好产品也会被连累。

要想管住这种乱象,必须打通监管的“最后一公里”,让标准“长上牙齿”。首先,建议将部分推荐性标准转化为强制性标准,并明确规定,商品名称或显著宣传中如使用“羊毛”“羊绒”等字样,必须达到国家最低含量要求,且应在页面主图或标题附近醒目目标注真实含量。电商平台应主动设置关键词过滤,未达标的商品一律禁止使用相关引流词汇。

其次,对于虚标含量、以假充真的行为,应从严处以货值金额数倍罚款,并公开曝光。建立“黑名单”制度,对屡罚不改的商家和生产企业,实施市场禁入或联合惩戒,大幅提高其违法成本。

再者,电商平台不能只做“旁观者”,必须压实主体责任。应将商品成分信息审核作为上架前的必要环节,利用技术手段进行抽查和比对,而不只是简单审核商家资质。建立便捷的举报通道,并对查实的虚假宣传商品立即下架处理。

市场的繁荣,根基在于诚信与公平。当2%的羊毛含量蹭上“羊毛制品”的名头,冲击的是30%的标准底线,摧毁的是消费者宝贵的信任。只有监管果断亮剑、平台切实守责、商家坚守底线,才能让“羊毛”二字回归它本来的分量,让消费者在寒冬里真正买到一份踏实的温暖。

(来源:北京青年报)