

## 堵住“吃拿卡要”，莫让“微权力”啃食企业利益

新华社记者 吉哲鹏 陈永强

日前，司法部发布规范涉企行政执法专项行动第三批典型案例，其中某地市场监管局执法人员违反执法行为规范案引发广泛关注。该案中，16名行政执法人员向多家小微企业和个体工商户索要、收受红包礼金，最终被严肃追责。

行政执法人员本应是良好营商环境的守护者，然而却成了企业负担的制造者、企业经营的索利者，如此以权谋

私的“微权力”直接侵害企业切身利益，严重干扰市场正常秩序。

案例犹如一面镜子，照出了一些地方亟须进一步优化营商环境，维护好经营主体合法权益的问题。小微企业是经济的“毛细血管”，规模小、抗风险能力弱，以权谋私、“吃拿卡要”等行为加重企业负担，侵蚀社会对执法公正的信任，阻碍经济“微循环”的畅通。

近日召开的中央经济工作会议提

出要营造良好的营商环境。惩治“微腐败”、规范执法权，是打通政策落实“最后一公里”的关键一环，对于切实为企业松绑减负，营造稳定、公平、透明的法治化营商环境具有重要意义。

约束执法人员行为，守住公平廉洁底线，才能让企业直观感受到执法温度与法治诚意。管住“微权力”、治理“微腐败”必须持之以恒。既要完善监督机制，杜绝暗箱操作，整治执法人员行为

不当等问题，也要持续健全制度设计，统一执法标准，明确“可为”和“不可为”的界限。

近年来，各级各地通过发布典型案例、建立负面清单、推行“扫码入企”、落实罚缴分离等措施，逐步构建起自查自纠与外部监督相结合的长效机制。随着制度笼子越扎越牢、监督手段日益精准，“微腐败”的生存空间必将越来越小，各类经营主体的活力将愈加涌动。

## 以法之名，守护“献血”生命之河

新华社记者 李恒

时隔27年，我国无偿献血制度将迎来重要调整。国家卫生健康委12月17日就献血法修订草案征求意见稿向社会公开征求意见。

此次征求意见稿立足新时代国情民情与医疗科技发展，进一步完善无偿献血法治体系建设，从原有24条增至60条，结构更为系统，内容更加详实，回应了新时代血液安全与供应保障的新要求。

人民至上、生命至上。血液，是生命的源泉，是临床救治不可或缺的特殊资源。无偿献血，是连接生命希望、传递人间大爱的崇高善举。

保障献血者权益，激发全社会参与热情，是推动献血事业可持续发展的关键。鼓励制定优待奖励政策，明确献血者及其配偶、父母、子女享受用血费用减免，在急救用血前提下保障其优先用血权益……明确写入修订草案里的一系列举措，将强化对献血者



网络图片

的人文关怀与正向激励。

安全是献血工作的生命线。草案对血液采集、检测提出更严格的规范要求：强化血站和医疗机构的依法执业责任，建立全国及省级血液管理信息系统，完善血液应急保障和跨区域调配机制，严厉打击非法采供血等

违法行为……织密安全防护网，才能确保用好每一滴爱心血液。

一滴血，一份情。期待社会各界的真知灼见，共同完善这部关乎生命与爱的法律，让无偿献血这一崇高公益行为在法治护航下行稳致远，汇聚起守护生命健康的强大力量。

## 别让IP衍生品成为“上头”的快消品

王志高

据媒体报道，随着《疯狂动物城2》热映，IP衍生品消费再次掀起热潮，从盲盒公仔到联名杯套，年轻人为了“氪金”，为情买单。数据显示，2025年中国IP衍生品市场规模预计达753亿元，同比增长超六成。表面看，这是消费活力的体现；深层看，这折射出当代青年对“情绪价值”的强烈渴求。他们买的不是商品，而是情感寄托、身份认同与社交货币。

IP衍生品的火爆，并非偶然。在快节奏、高压力的现代社会中，人们越来越倾向于通过消费获取即时的情绪满足。一个电影角色公仔、一个品牌联名杯套，看似微不足道，却承载着粉丝对角色的喜爱、对故事的共鸣，甚至是对理想自我的投射。这种“为快乐付费”的心理，本质上是对精神慰藉的主动追寻。而盲盒机制的不确定性，更将这种情绪体验放大：拆盒前的期待、拆开后的惊喜或失落，构成了微型的情感过山车，精准契合了Z世代对“仪式感”与“参与感”的需求。

然而，热潮之下暗藏隐忧。当前多数IP衍生品仍停留在“流量收割”阶段：借势影视热度快速推出周边，靠联

名制造话题，用限量激发抢购，却缺乏对IP内核的深度挖掘与长期运营。一旦热度退去，产品便迅速沦为库存，IP本身也可能因过度商业化而贬值。

更值得警惕的是，部分品牌将“情绪价值”简化为营销话术，用廉价物料包装情感泡沫，让消费者在一次次“上头”后陷入空虚——买的不是热爱，而是被算法和套路精心设计的冲动。那些“不想错过任何细节”的消费冲动，那些“买了才觉得自己是真爱粉”的身份焦虑，那些“集齐全套才有意义”的收藏执念，无不透露出消费主义对情感的精密算计。当一个成本几元的纸袋在二手平台炒到数十元时，一杯奶茶因IP加持价格翻倍，IP衍生品就从消费者的情感载体变成经济负担。

真正的IP生命力，不在短期销量，而在能否持续传递打动人的精神内核。故宫文创之所以备受欢迎，不仅因其设计精巧，更因它让传统文化“活”了起来。反观当下一些IP，形象尚未成型便急于变现，授权泛滥、品质参差，最终透支用户信任。正如专家所言，IP衍生品的核心竞争力，终究是IP本身能否引发长期共鸣。

因此，行业亟须从“流量思维”转向“价值思维”。一方面，IP开发应尊重内容逻辑，避免粗暴贴标；另一方面，衍生品设计需兼顾情感表达与实用功能，让“喜欢”不止于一时冲动，而能融入日常生活。对监管方来说，应警惕盲盒等形式的赌博化倾向，规范二手市场的投机炒作，为情绪消费划定理性红线。

对消费者而言，也需保持理性。为热爱买单无可厚非，但真正的热爱不需要用消费来证明，情感价值也不该由商家定义。喜欢一个角色，可以重刷电影、与其他人交流分享，方式有千万种，并非只有“氪金”才算真心。

当IP衍生品不再只是“上头”的快消品，而成为连接文化、情感与生活的桥梁，这场消费热潮才真正具有可持续发展的价值。真正的热爱，经得起时间考验，也值得被认真对待。唯有在尊重用户情感与IP内核之间找到平衡，才能让每一次“为爱买单”都成为有意义的共鸣，而非转瞬即逝的泡沫。这不仅能更好地满足年轻一代消费者的需求，还有助于IP衍生品市场的长远发展。

来源：北京青年报

近日，国家税务总局召开新闻发布会，明确加力纠治违规招商引资涉税问题。据报道，这主要指一些地方突破税法和财政体制边界，通过各种招商协议、财政奖励、产业扶持资金等形式，把企业在本地缴纳的增值税、企业所得税等地方分享部分大比例甚至超比例返还给企业的做法。这种把“开票经济”当“发展经济”的做法，本质是通过违规返还税收制造虚假繁荣，是一种危害深远的畸形发展模式。

招商引资是地方经济发展的重要助推器。但一些地方却用起“歪招”，以违规税收政策吸引企业投资。有的违规引税返税搞“政策洼地”；有的变相返还税收，帮助企业规避税款；还有的制造虚假投资规模，违规招引“空壳企业”“皮包公司”。一些不法投资者也借机钻空子，在监管薄弱地区包装虚假项目，偷逃税款、违规获益。

“开票经济”是一种短期自利行为。以违规税收优惠招商引资，虽然在短期内能带来投资数字的增长，但难以真正带动经济、拉动就业，还可能诱导企业短期套利，对优质合规企业造成“挤出效应”。更进一步看，这种做法还可能固化地方保护，加剧市场分割，不利于建设全国统一大市场。

2024年以来，国家税务总局已组织开展违规招商引资涉税问题专项治理。今年1月，国家发改委印发的《全国统一大市场建设指引（试行）》明确，各地区不得突破国家规定的红线底线违规实施财政、税费、价格、土地、资源环境等方面的招商引资优惠政策。

要走出把“开票经济”当“发展经济”的误区，关键是要树立正确的政绩观。招商引资不是为了了一时的数据漂亮，而是为了让地方经济走上高质量、可持续发展之路。清朗的营商环境、健全的产业结构，才是吸引优质企业扎根的关键。各地力避短视、共同推进全国统一大市场建设，有利于扩大市场总体规模，也能为地方经济发展提供更强劲的动力。

来源：新华每日电讯

## 别把『开票经济』当『发展经济』

张玉洁