

新广告法：维护公平广告市场秩序仍任重道远

辛雯

新修订的广告法将于 9 月 1 日正式实施，这是 1994 年广告法颁布以来的首次修订。

现行广告法仅规定了药品等 7 种商品的广告准则，内容不完备，操作性不强，已与社会经济发展和技术进步不相适应。新广告法则对药品、医疗器械、保健食品、医疗、农药、兽药、饲料、酒类、招商、教育培训等多种重要商品和服务的广告内容作出了具体规范要求。

新广告法充实细化了广告准则，强化了重点领域广告行为规范，凸显了实操操作性，这些修订的内容必将净化广告市场，也为监管部门保护消费者合法权益提供有力的执法依据。

新广告法对广告主、广告发布者、广告经营者、广告代言人、广告监管机构等各类主体的责任做了界定。

近年来，一些广告主为了推销商品，对产品进行虚假夸大宣传，欺骗诱导消费者。一些媒体片面追求经济利益，违背广告审查职责，甚至默许放任虚假违法广告的发布，致使消费者权益受到损害的事件时有发生。新广告法规定，广告主对广告的真实性负责，广告发布者、广告经营者、广告代言人承担相应法律责任。

其中，新广告法明确规定对从事广告发布业务的广播电台、电视台、报刊出版单位进行广告发布登记，明确了新闻出版广电部门的管理责任，



可以暂停违规媒体的广告发布业务。

新广告法明确规定广告代言人不得为其未使用过的商品或未接受过的服务做推荐、证明，曾经为虚假广告代言的人，三年之内不得再为广告代言。广告不能想接就接，广告代言人的责任得到强化，代言活动也将更加严格规范。

现行广告法出台的时候，互联网、手机等新兴媒体还为绝大多数国人所不知。如今，网络广告、手机短信广告等已成为广告业中一支不可忽视的力量。

在这样的背景下，新广告法增加了对互联网等新媒体的广告活动规范，规定任何组织或者个人未经当事人同意或请求，不得以电子信息方式向其发送广告，利用互联网从事广告活动适用广告法的各项规定，互联网弹出广告应当确保一键关闭。

作为广告活动的监管者，新广告法增加并明确了工商部门的监管职责，包括建立广告监督管理信息系统，将违法广告行为记入信用档案并依法公示，受理投诉举报并作出处理等。

由于利益驱动、诚信缺失等原

因，加上近年来广告市场突飞猛进，新技术新手段层出不穷，尤其是网络推送技术的日新月异，监管手段相对滞后，导致虚假违法广告时有发生，维护公平广告市场秩序的任务仍然任重道远。

新广告法丰富了执法手段，为形成齐抓共管、综合治理的管理机制提供了法律依据。下一步要抓紧完善配套制度，修订《医疗广告管理办法》等配套规章，尽快出台《互联网广告监督管理暂行办法》等部门规章，确保新广告法落地生根。

警惕大国企扩张的国家经济安全风险

(上接第一版)

政企不分 国企沦为国企人的国企

在国企高速扩张的同时，国企越来越脱离企业的本性，表现出向行政体制回归的趋向，“官本位”的势头不断加重，国企已经沦为国企人的国企。国企改制的目标是去行政化，实现政企分离，重要的一个标准就是国企领导不再具有行政级别。然而，几年前，几家国有大型保险公司却出人意料地升格成副部级单位，向市场发出国有企业再度行政化的信号。

在国企比重较高的东北三省，国企人有着巨大的优越感。当地人甚至认为只有进入机关事业单位和国企，才算是有“正式工作”。在一些地方，普通百姓家的子女为了能够进入国企工作，根据企业效益和职位情况，通常要拿出 5—20 万元的费用打点相关人员。一直靠政府输血过日子的龙煤集团就是一个典型，国内一个百万吨的煤矿通常只要几十到几百人，但在龙煤却多达三四千人；矿上有的部门只有 4、5 个工人，却会有 20 多个领导。正是在国企岗位“有市场价格”的背景下，为给子女争取国企岗位“世袭”的机会，大庆油田才发生了职工群体性上访的事件。在机关事业单位进入需要“公考”的大背景下，国企就成了地方权势势力安插亲朋的主要单位。

超高的福利和保障水平，推高了员工和社会对企业福利的预期。这非但不是承担社会责任，而是对社会不负责任。同工不同酬问题一直是国有企业中最难解决的问题之一，大量劳务派遣人员的存在恰恰说明是国企体制内员工的工资水平过高，而不是劳务派遣工的工资过低。无论是从降低企业生产成本还是从追求社会公平的角度，都应当是把体制内员工的工资降下来，而不是把劳务派遣工的工资涨上去。“我们绝不会像外企一样直接裁员，而是对离岗人员妥善安置。”这是某大型央企新闻发言人在回应大裁员传闻时的回答。表面看

来，这家企业是一个比外企更对员工负责的企业。但这句话也恰恰表明国企员工享受着超国民待遇。国企在理论上是全国人民的，那么国企员工高于市场水平的待遇，有经过股东的同意和认可吗？国有企业的内部人控制问题，从某个层面上讲，正在从管理能力强的国有企业面临着被淘汰出局的风险。仅 2014 年上半年，A 股上市公司就获得超过 323 亿元政府补贴，其中 61.64% 流向 854 家地方国企和中央国有企业。被市场称为“补贴王”的中石油，更是在两年中获得了多达 200 亿元的政府补贴。除了一些国企的经营业绩一直是靠补贴支撑外，靠政府输血活命的企业也不是孤例。从 2013 年到 2014 年，黑龙江省政府通过各种形式补贴龙煤集团 30 多亿，而该集团仅拖欠员工工资一项最多时就高达 8 亿元。

“相信政府会救” 导致国企破产风险被忽视

国企非理性扩张透支了政府财力和信用，需要有大的破产案例让社会恢复对国企本性的认识。银行更愿意把钱借给国企，政府更愿意把项目交给国企，员工更愿意到国企工作，这背后有着一个错误的认知和逻辑，那就是国企的背后是政府，政府不会让国企破产。整个社会似乎都淡忘了上世纪 80 年代中期到 90 年代初的国企破产潮。最高法院的调研报告显示，2003 年到 2012 年全国审结的 40483 起破产案中，国有企业占 55.75%，集体企业占 25.67%。事实上，在 10 多年前，国有企业一直是破产案的主角，这一情况只是在近年民企“跑路潮”出现后，才发生变化。

业绩靠补贴、度日靠补贴，已经成为部分国企的“新常态”，缺乏转型能力的国有企业面临着被淘汰出局的风险。仅 2014 年上半年，A 股上市公司就获得超过 323 亿元政府补贴，其中 61.64% 流向 854 家地方国企和中央国有企业。被市场称为“补贴王”的中石油，更是在两年中获得了多达 200 亿元的政府补贴。除了一些国企的经营业绩一直是靠补贴支撑外，靠政府输血活命的企业也不是孤例。从 2013 年到 2014 年，黑龙江省政府通过各种形式补贴龙煤集团 30 多亿，而该集团仅拖欠员工工资一项最多时就高达 8 亿元。

别宣告济南市 7 家老国有企业因严重资不抵债破产。山东小鸭集团冰柜有限公司、中国济南化纤总公司、济南周济莲花味精有限责任公司等曾在历史上鼎鼎大名的企业，宣告破产时的资产负债率都很惊人，最低的也为 7.55 倍，最高的达 4000 多倍。这些企业资产负债率高到如此离谱的程度，一方面是因为有政府的过度保护，另一方面也与债权人误认为这些企业的债务有政府的背书有关。如此之高的资产负债率意味着，在企业破产中债权人的权益几乎得不到任何赔偿。事实上，国有企业亏损的严重程度已经超出人们的想象。最新的调查显示，2014 年辽宁国企的亏损面已经高达 50%。

政府给国企吃偏食的问题，导致社会上普遍存在着国企不会破产的认识误区。因为相信有政府的背书，包括银行在内的债权人更愿意把资金借给国企，进而让一些亏损性国企有机会把窟窿越捅越大。

巨无霸式企业决策失误 将影响经济安全

战略决策失误的风险是企业经营中最大的风险。合并重组式扩张导致决策风险更加集中，决策失误所造成的损失就会更大。中国国有企业正在试图通过强强并购，重组变成行业的巨无霸，并把这一手段作为提升企业能力，增加全球竞争优势的重要方式。但事实上，中国企业家还缺乏管理世界级企业的经验和能力，同时，在企业治理结构和经理人力资源方面也与管理世界级企业的目标不相匹配。管理链条加长，内部交易成本加大，都会带来相应的风险，更可怕的是，原来由几家公司分别承担的决策风险，由此集中到一家公司身上，一旦决策失误，不但会对企业造成致命的损失，而且会影响到国家的经济安全和战略布局。

成为巨无霸企业并不意味着进入了避风港和安全岛，世界 500 强企业因决策失误而破产的例子比比皆

是。自 2001 年以来，已经有安然、世界电信、宝来美、安达信、施乐、雷曼兄弟等多个世界 500 强企业倒闭。2012 年，世界上最大的影像产品及相关服务的生产和供应商——美国柯达公司在纽约申请破产保护，更是为那些追求规模至上的中国公司敲响警钟。

大公司并不等于是优秀的公司，受管理能力制约，中国 500 强公司 and 世界 500 强公司有着明显的差距，而国有大公司的表现更是差强人意。2014 中国企业 500 强榜单显示，500 强企业中共有 43 家亏损企业，其中 42 家为国有企业。A 股亏损王的头衔几乎是一直由中国 500 强中的国有企业蝉联。管理能力不能满足经营大企业的需要，是导致公司越大亏损越严重的主要原因。也正是因为这一点，“两车”式的合并并非但不是利好，而且很有可能让两家原来的好公司变成一家差公司。

越是大的企业，其破产给行业和社会造成的损失和影响就越大。如果在一个重要的领域中有两家以上的中国公司，决策风险就会被分散，即使其中一家因经营不善退出市场，至少还会有另一家中国公司继续在这个领域中保留中国力量。如果在这个领域中只有一家中国公司，那么，一旦其出现了战略性的失误，中国公司在这一领域的力量就会荡然无存。这才是更大的风险。也许有人会举出美国波音公司和麦道公司合并的例子，但事实上，波音和麦道是处于一个双寡头垄断领域，其唯一的竞争对手——空客公司，在实力上也远远落后。因此，波音和麦道的合并与“两车”的合并不具有可比性。

最大的风险来自于对风险的漠视。国有企业从本质上依然是企业，资不抵债的企业都会破产倒闭，国有企业也不会例外。这样一个简单的经济常识和法律常识，或许只有等到大的国企破产案出现，才会再一次被社会所认知。这个案例出现得越早，被忽视的风险就暴露得越早，国有企业就会越早回归企业本位。

资讯



中国数字知识产权监测推出新平台

一批中外影视等机构代表及专家 4 月 22 日在京会聚一堂，围绕如何撑起共同的网络蓝天展开研讨，并共同见证“中国国际数字知识产权监测维权平台”上线发布。

“中国国际数字知识产权监测维权平台”，又称 426SO 台，是国家数字音像传播服务监管平台旗下子平台。目前，426SO 平台基于国家数字音像传播服务监管平台前期工作成果，已形成针对院线新上映影片的网络防盗解决方案，为版权人提供包括作品传播监测、盗版预警、盗版源头追踪、侵权证据固定、损失评估、举报清除、诉讼维权等一系列维权服务。

“NBS 创共体”为创业者搭建平台

在近日召开的“第九届全国 MBA/EMBA 领袖峰会”上，新华都商学院宣布成立新华都创业共同体(以下简称“NBS 创共体”)。共同体的部分成员发表演讲，阐明其在创共体中能为创业者提供的服务延伸和价值创造等。

“NBS 创共体”是新华都商学院联合学院导师、创业 EM-BA 学员及社会资源共同发起成立的组织，加入创共体的成员均为在创业教育、投资、金融、综合服务如法律、人力资源、财务等方面的资深人士/企业。新华都商学院成立创共体目的在于为创业者提供资源整合服务和综合支持服务，为创业企业成长提供良好生态环境，进而推动中国“大众创业，万众创新”在各领域的实现。

传播新丝路文化促进“一带一路”建设

以“崛起新丝路”为主题的新丝路文化传播与经济发展新闻发布会在京举行。发布会由中国文化走出去协同创新中心、中国文化软实力研究中心、丝绸之路经济带品牌联盟等共同主办。

围绕“一带一路”背景下的文化传播与经济发展，会议发布了文化、旅游、信息科技、环保等多个领域的具体工程项目，旨在以实际行动贯彻落实《推动共建丝绸之路经济带和 21 世纪海上丝绸之路的愿景与行动》提出的建设信息丝绸之路、绿色丝绸之路、人文丝绸之路等要求，加大对“一带一路”宣传力度，发动社会力量参与“一带一路”建设，弘扬丝路精神，促进文明互鉴。

2015 中国十大品牌女性在京揭晓

4 月 18 日，由品牌中国产业联盟主办，CCTV 电影频道、中国妇女发展基金会、华商智库企业研究院等作为特约单位提供相关支持，品牌联盟(北京)咨询股份公司承办的 2015 品牌女性颁奖礼，4 月 18 日在北京举行。

经过各方评审，华为公司董事长孙亚芳，滴滴公司总裁柳青，新希望六和董事长刘畅，京东集团副总裁李曦，蓝思科技有限公司董事长周群飞，玖零互生投资(北京)股份有限公司董事长林妹宏，全国青联常委、敦煌市城市代言人彭丹，国家女子体操队原运动员、奥运冠军李珊珊，北京服装学院副教授、中国十佳时装设计师楚艳，杭州娃哈哈集团董事长兼总经理宗馥莉等荣膺“2015 中国十大品牌女性”。

河南多人“包饺子”创吉尼斯世界纪录

河南全省 18 个地市 17000 多人，4 月 12 日同时包饺子，并通过视频同步听取了一堂烹饪课，创下“世界最大烹饪课”吉尼斯世界纪录。经过 50 分钟的激烈“对抗”，正式参赛的 17000 多名选手中，共计通过挑战的有效人数为 4613 人，成功打破了之前“最大规模烹饪课暨 3687 人同时包饺子”的吉尼斯世界纪录。

微信硬件大赛北京初赛产生前三强

由微信硬件团队和科通芯城旗下的硬件创新创业平台联合主办的微信硬件大赛，北京的初赛结果日前揭晓。

在 12 支参赛团队中，评选出的前三名分别是，松鼠智能相框、摩卡智能 3D 打印机和 XiKang 智能心脏监测仪。其中，第一名松鼠智能相框，定位为最易用的安卓相框，专门为老年人制作的互联网产品，直接进入到了总决赛，第二名和第三名则作为待定团队，获得角逐最终进入总决赛的资格。接下来，大赛还分别在 4 月 29 日上海赛区、5 月 12 日武汉赛区、5 月 21 日顺德赛区、4 月 6 日杭州赛区等四个赛区陆续举行。

贫困股骨头坏死患者站立计划启动

中央财政支持社会服务示范项目“站立计划——西部中壮年股骨头坏死救助项目”救助患者入院新闻发布会，4 月 22 日在北京年轮中医骨科医院举行。民政部民间组织管理局、中国肢残人协会、中国社会福利基金会等相关领导出席了此次活动。

2015 年“站立计划——西部中壮年股骨头坏死救助项目”是由中国民政部、中国残联支持，中国肢残人协会、中国福利基金会承办，由北京年轮中医骨科医院技术支持的社会服务示范项目。项目预计救助 100 名贫困股骨头坏死的中壮年患者。

第七届简一大理石瓷砖文化节在京启动

第七届简一大理石瓷砖文化节(北京)启动仪式，日前在北京国家会议中心开幕。该活动以弘扬健康和谐的家道文化为核心，以“家”为载体，旨在发掘北京家文化的价值，推动家居文化的持续发展。

来自亚太酒店设计协会秘书长刘坤、简一大理石瓷砖营销副总经理戴武平、北京市简一美居建材销售有限公司总经理杨爱臣等众多领导及各界精英，出席文化节活动或对相关工作提出建议。国学专家于丹教授及苏太华系的掌门人、“商界狂人”严介和作为特邀嘉宾出席，并为与会嘉宾带来思想盛宴。