

“影视‘钱’景”？一冷静便纠结

一方面，“谁上市谁英雄”的情绪正在影视圈蔓延；另一方面，据说近来圈内谈论很多的一个话题，竟然是“影视制作公司是否适合上市”，主题是“影视‘钱’景”，被高频提及的词语是热钱、上市、市值，侃侃而谈的是投资银行、影视上市公司和拟上市公司的高管。不久前召开的电视剧上海制播年会论坛，更像一个财经峰会。

眼下，“谁上市谁英雄”的情绪正在影视圈蔓延，而且“上市”激发想象，不管上没上市，也不管自己有没有上市可能，似乎众多圈内人都陡然生出了财大气粗的豪迈。但在一片“钱不是问题”的喧哗中，也有冷静的人。

上市，还是“被上市”？

2009年，“华谊兄弟”登陆创业板，成为国内第一个上市的影视企业；2010年，“华策影视”也登陆创业板，人称“中国电视剧第一股”；同年12月，“博纳影业”在纳斯达克上市，在国内同行中第一个另辟蹊径跑去境外上市。有消息称，中影集团、上影集团、光线影业、小马奔腾等近10家影视企业今年有心在国内或海外市场上市。

“但有个问题不知大家想过没有……”易凯资本首席执行官王冉以投资人身份在论坛上发言：“影视企业究竟怎么赚钱？”导演演员有片酬、电影院卖电影票、电视台广告……而影视制作公司，这一头要大把投入制作成本，在那一头，却遭遇院线和电视台“打压”，常常由人家

“定价”，或者说“分账”，可“账本”被人家攥在手里……弱势而尴尬。不过硬的赢利模式，模糊的“钱景”，让人胸闷，更让清醒者们心忧：尽管上市圈钱在一些人眼里是“最有效的赚钱方式”，可将来拿什么回报投资者？难道就厚着脸皮不管不顾“捞一票再说”？

上市后，影视圈的确来钱了。“华谊”市值超过90亿元，“华策”上市让编剧刘恒和邹静之一夜间跻身千万富翁。不过，扑面而来的巨资带来了一个问题——近来圈内谈论很多的话题，竟然是“影视制作公司是否适合上市”！这本应该是在上市之前就有明确答案的。

21世纪福克斯、派拉蒙、联艺等全球影业巨头，没有一家上市或准备上市。为什么这些积累了八九十年家底、资源丰富而品牌响亮的“老大”们不上市，涉足市场不过十年有余的中国影视企业却像百米冲刺般冲向上市？“博纳影业”老总于冬想出来的答案是——我们被资本推着走，“被上市”了；而充当推手的资本，是“无知者无畏”。他说，在与诸多投资人接触中，他发现他们其实不了解影视圈的运作，包括赢利模式；他们脑子里尽是些概念性的东西，很可能“说着说着，就把自己说相信了”。

“海润影视”总裁赵智江坦言，他们公司内部曾就是否上市发生过争论，产生了分歧。影视企业不同一般，做的是一个独立的项目，彼此差异很大，上一个项目成功了，下一个却可能一败涂地，比如电视剧、电影能否大卖，往往很难预见。这就没法让投资者看到企业发展的可持续性，看到可预期的“钱

景”——而可持续性和可预见性，恰恰是资本最关心的问题。光线传媒总裁王长田给“影视企业不同一般”补充了一条：影视业靠创意，创意必须“保密”，但上市要求“透明”，这等于在给对手“看底牌”。

钱不是问题，怎么花钱成了问题

“现在不仅电影投资过亿，拍一集电视剧投七八十万也成了常态。”去年号称影视业的“资本觉醒元年”，清华大学影视传播研究中心主任尹鸿却道，被资本点燃的市场发了高烧，正在让影视制作偏离理性。

正是在去年，电视圈行业开始步入亿元大剧时代。过去3000万拍一部电视剧已是大手笔，如今投资动辄过亿。不过，优秀影视剧依然屈指可数。在去年产出的1.4万集电视剧中，6000集左右直接进了冷宫，能上黄金时段播出的只有3000集，而引起观众反响的热门剧更只有600集左右，约占4%。分析2010年票房前10名的国产影片，冯小刚、张艺谋、姜文、陈凯歌4位导演的作品占了其中5席，他们作品的票房总和占了国产影片总票房的30%以上。少数几位导演和演员个人的市场号召力，似乎远远大于电视剧和影片本身的吸引力。这样的集中，有人说有利于资本选择，但圈内人忧虑：影视创作关键元素的短缺，正在使局面恶化。

“就算上市能拿几十个亿，但我不知道这些钱到底怎么用。”不亦乐乎电影公司老总马珂称不考虑上市，因为圈来的钱没法消化，“我做过一个调查，同一个时段里，全国影视业所有人加起来，也只能凑成7个剧组”。

正因为影视创作的关键元素短缺，而资本开始泛滥，影视投资就像竞拍一样不断抬升。有些导演、演员一时不想拍戏，但资本追在后面，叫价越来越高，结果催生注入激素的作品。同时，资本爆棚也催生出一批草台班子，让创作整体水平向下走。有人津津乐道上市可以带来大量资金，却在有意无意间忽略了资金需要围绕的原点——人才。王长田说：“大家都在抢编剧、抢导演、抢演员，抢到了，一个项目可能成功，那后续的项目呢？”马珂说得最直接：“现在不愁钱，愁的是找不到好的人才。”

制播年会上有个现象令人印象深刻：根据影视制作公司材料汇总编成的“工作手册”不到百页，但随手一翻，几乎每3页就能看到编剧、导演、主演都写着“未定”的影视剧项目……也许，别怪资本太冲动，让资本蠢蠢欲动的恰恰是影视圈自身的浮躁。据《文汇报》



博纳影视美国上市

武汉曝光不文明市民引争议

“乱闯红灯、乱停车辆、乱穿马路、乱扔垃圾”的40名江城市民被武汉地方媒体曝光后，社会各界给予强烈关注，并引发媒体和网友的讨论。武汉这一举措究竟是监督“给力”，还是隐私侵犯？记者日前就此进行了调查。

曝光现象成网络热点

“乱闯红灯”等不文明现象，是江城市民近年投票评选出来的“十大陋习”。这些陋习虽屡遭诟病，人大代表、政协委员也多次呼吁加强监管，但长期屡禁不止。

武汉市在今年市“两会”后，决定广邀媒体参与监督。在进行广泛宣传之后，3月19日武汉在地方媒体公开曝光了“10名开车乱闯红灯名单”“10名乱停车辆名单”“10名乱扔垃圾名单”和“10名乱穿马路照片”。

首次被曝光的40名市民是随机抽取的，分别被交警、城管等部门处罚或教育过。曝光内容包括被处理人的姓名、性别、年龄、车牌号及违章地点、时间等，照片为相关视频截图。

武汉不文明市民被曝光后，全国各大门户网站纷纷转载，数万网友参与讨论，一些平面媒体先后发表评论，甚或辟专栏参与论争。

“曝光只是手段，不是目的。”武汉市委宣传部副部长于小明说，“这一举措是为了给建设文明城市、全方位提高市民素质造势。”

“城市居民人人都是投资环境，个个代表城市形象。”武汉市文明办主任严宏说，近年武汉三镇集中5000多个建设工程施工工地，“提升市民素质”已成为武汉“改善环境”的当务之急。

严宏介绍说，曝光只是一个序幕，今后还将针对一些突出的不文明现象持续推进，下次曝光的可能就是“乱倒渣土”“高空抛物”等现象。

是否侵犯隐私成争论焦点

一些媒体、网友及众多武汉市民认为，武汉的做法“很给力”“很过瘾”，让不文明市民在媒体上“露脸”，真可谓大快人心。网易山东省泰安市网友“树下晒太阳”说，“不以恶小而为之，说了千百年，白说了，说了也没用，还是得像这样‘狠狠地教训那些没素质的人’。”

武汉市民李勇说，现在城市越建越美，越来越干净，但总有一些人不自爱。他每天开车到汉口上班，总能看见一些在车上吃早餐的把自己吃剩的方便盒连同垃圾随手扔到车窗外，政府早该想办法管一管了。

一些报纸、网络评论认为，当罚款、教育不足以约束少数人的侥幸和从众心理时，曝光的震慑和监督，就成了一种由外在监管转向个体内在触动的手段，其效果和意义都将是巨大的，会使公



(资料图片)

众自觉审视和约束自己的行为。

但也有网友评论认为，我国现有法律没有准许执法部门曝光被处罚者名单及其个人信息的规定，按照“法无授权皆禁止”的原则，曝光可以说是于法无据，是公权在“闯红灯”。

还有评论认为，武汉此举侵犯了被曝光者的隐私，这种牺牲市民“面子”治理城市“面子”的方法“欠妥”。

也有人认为此举超出了法定处罚范畴，对个人的肖像权、隐私权，乃至其学习、生活、工作发展均可能产生伤害。即使是对犯罪嫌疑人、醉酒驾车者等也不能随意曝光的情况下，对“罚款50元”一类的行为进行曝光，似乎过于严厉或有失公平。

专家：曝光无可厚非 但不宜提倡

“曝光社会陋习与公权无关，无可厚非。”武汉法晖律师事务所律师陈志伟认为，“从行政法来看，曝光并不是一种执法行为，而是一种引导市民向善的积极举措，与行政法不冲突；曝光让社会公开谴责有违社会公德的现象，是强化社会监督的一种手段，与侵犯市民隐私无关。”

知名法学专家、中南财经大学乔新生教授说：“用曝光的方式惩戒不文明现象虽然于法无据，但无须大惊小怪。”曝光利用人们的自尊心 and 面子观，是一种有效遏制社会不良现象的方法，在古今中外也很常见。

但也有专家对此提出异议，担任律师的何韵铭说，政府调整社会关系方式除强制措施外还可采取教育手段，曝光本身就是一种教育方式，但是曝光这种教育方式与《治安管理处罚法》宣传的“要保护人格尊严”有冲突，且做法略嫌偏颇，不宜于提倡。

还有专家认为，医治公共领域的顽疾，政府不应指望短平快的大剂量猛药，而应从自身监管上找差距，在提高公共管理水平上下工夫。如一些交通违法行为的存在，应检讨交通规划不合理、红绿灯设置有没有缺陷、路标指示不清等。

据新华社

新闻时评

形象工程承载民生困苦与艰辛

形象工程真多。一个贫困县斥资数百万元建“山寨世博中国馆”、“山寨悉尼歌剧院”；年财政收入不到2亿元的国家级重点扶贫县计划一年内完成20多亿元的市政工程建设。上周，中国青年报社会调查中心通过民意中国网和新浪网，对1620人进行的一项调查发现，97.5%的人表示自己身边存在形象工程。(3月22日《中国青年报》)

顾名思义，形象工程是指为某种形象而建起的工程。形象工程的建造者，往往是好大喜功者、不顾民意者。每个形象工程，都不为民生所需要，而只为个人政绩涂油彩。每个形象工程，都过度地耗费社会资源，中看不中用。形象工程在另外的语境中，也叫“面子工程”。

几乎所有的人都确认自己身边存在形象工程，足见形象工程的泛滥程度。形象工程越来越多，源于一些施政者逾越规范的欲望过强过多。

有人说形式主义害人，这是说某类形式主义最后造成的结果。形式，对于形象工程来说是必不可少的需要。形式就是包装，形式就是在做样子时做出像样的效果。所有形式，都是有意为之，都要大于内容。从这个意义上讲，施政者做形象工程就是做利于自己的形式。形式主义做得巧妙，做得上乘，害得将是别人，而不是制造者。

形象工程的成因，理所当然地，不能完全用形式主义风气使然做归纳。有时它是从众心理使然，就是它的一些公权力看别人搞，自己也搞。由于公权力缺乏监督，由于公权力运行缺乏公开透明机制，就可以任着性子搞。不搞白不搞，搞了不白搞。在长期以GDP为导向的政绩考核评价体系下，有些施政者存在“论功行赏”意识，轰轰烈烈的形象工程建设，极易引起上面的注意。多数形象工程，表面上看都是红光亮，但其本质却是肮脏工程、私私工程、害人工程、损民工程。更为不堪的是，许多形象工程，出了民生问题成堆的贫困地区。可以说，一些地方的形象工程直接承载着当地民众的民生困苦与艰辛。

形象工程出形象，民众工程出困苦。这是施政者建造形象工程时的意愿。但从效果看，却是事与愿违。多数情况下，形象工程是坏了一个地方的形象，毁了一个地方的“面子”。一个地方的形象，应是它的好文化形象、好的民生形象、好的环境形象。在一个以人为本的社会里，人是经济社会发展的根本，人是各种建设的出发点，任何一项工程建设只有为了人，造福于人，才会有现实意义和历史意义。其他，都是虚妄，都是舍本求末。

各地的形象工程何时休？这是个难以找到答案的问题。完善对形象工程的问责和惩处办法，应是能部分地解决这一问题。但是，形象工程建设也存在灰色地带，一些工程是否为形象工程并不好界定。终结形象工程，最好的办法是，完善制度设计，铲除形象工程形成的根基。 今语

明码标价能不能把房价钉死在标价牌上？

传言中的“一房一标价”在昨日得到证实。发改委明令，自5月1日起，所有售房者必须一房一标价，售房只能跌价，不能涨价，涨价要备案。

毫无疑问，此举初衷是不希望看到房价“坐地涨”。但是，明码标价能不能真的如它初衷，把房价钉死在标价牌上呢？

换位思考下，我是售房者，我想出的土办法，一是标高房价，然后在实际售卖中灵活运用，能卖出去就绝不降价，卖得不好，以打折扣为噱头。在买房需求如此旺盛的情况下，我想贵卖的可能性更大些。二是重新备案，备案这种事对房产商来说，不会比销售更头疼。

显然我不是售房者，但我能肯定，售房者会比我更懂如何空手套。

房价属于市场竞争的终端展现，作为市

场产品，由市场来调控房价，本是天经地义。但是，在限购之前，楼市的发烧程度，已超过了市场调控能力之外。限购之后，楼市也并非回归正常，而是暂时冷冻，先冻起来再想办法。明码标价或许是办法之一。

不错，在房价的问题上，行政的干预和市场的调节，二者的比例侧重在哪个水平上最合适，谁都无法断言，只能不断的尝试。但是，有些基本的道理却是可以一再重复，作为尝试的依据。

房价再复杂，其成分也与其他产品一样：原材料，即地价，加工费用，即建设和流程费用，再加利润。最终而世的房价，可再乘以按揭环境系数。

买房的人觉得房价高，是因为房价超过

了他们的承受能力，售房的人觉得房价不高，是因为利润仍在自己的期望范围内。很多人从自己的感性认知上去衡量房价高还是低，少有人从房价成本上考量房价是否合理。

假如把房价回归到普通的经济产品，要降房价，其实是还房子以实价。最好的办法我以为还是公开房价各部分的成本，包括利润。我们允许房产商赚钱，只要在可控的范围内。包括地段、环境、房屋品质等特有系数，也大都经由专业评估得出，公众大致认同。

在这样一个体系中，房价或许会得到比较充分的竞争，或许竞争会比较正常，行政部门所操的心也或许会少一些。至于公众，全程看到了房价的加码，买得起或买不起，自己会掂量，多少岁租房多少岁买房，不用人劝，自己会劝自己。

鲁珊

不合群的官员与不合体的高调退贿

自去年10月以来，江苏盐城官员张翕飞前后两次，将总计6笔价值9000元的退贿清单在网上公开。张翕飞称，送礼是官场潜规则，收礼是因不便当场取人面子。(《扬子晚报》3月23日)

常言道，官不在大，有权则灵。因为掌握权力，所以有人行贿。官场之上，拒贿者不乏其人，但敢于挑战潜规则并公开高调退贿的人，恐怕鲜有其人。不在于这种退贿的方式合理不合理，是不是作秀，而在于与其高调退贿不如低调拒贿。既然独立特行于高调公开退贿清单的个性高度，却又声称因为害怕“取同事的面子”而受贿，这种心态和逻辑本身其实就是古怪和悖谬的。

当面临拉拉扯扯“影响不好”，受贿后高调退贿就影响好了？请恕我直言，弘扬正气、树立正气和挑战潜规则的表象背后，充斥着彰显个体“高风亮节”的激烈味道。退一步来讲，当面临助长潜规则是对“公德”的一种败坏，而后公开高调退贿充其量是对于“私德”的宣扬，以损害公德的代价滋养私德，也并不可取。

42岁了依然单身、曾和单位对簿公堂……在同事眼中，张翕飞是个充满个性、特立独行的人，甚至还有人认为他“思维异于常人”。“总体感觉这个人有点怪”，“大家都和他保持一定距离”，“不善于交际和沟通，生活

的圈子非常小——从媒体报道的细节末节中我们不难判断，这是一个不太合群的官员，而这种不合群，并不能单纯地归结为“廉洁勤政”的使然。一个崇尚并做到“廉洁”的公务员，或者可能会是一个不合群的官员，但反过来讲，一个不合群的官员未必就一定是“廉洁”的干部，尽管有高调退贿的事儿存在。这是一个必须要厘清的概念。当然，笔者无意否认和质疑张翕飞的高调退贿，只是公德与品质与“高调退贿”并无本质的因果关系。

其实，我们更希望一个廉洁的官员是一个“合群”的官员，因为只有这样，个体的品德才会在日常生活中辐射和散发出去，感染和带动周边人起而效仿，达到“弘扬正气”的目的。如果“清廉”成为“公敌”，一切便变得毫无意义。

无论是传统文化还是现代文明规则，都讲究高调维护公德而低调展现私德，所谓“高调做事低调做人”，所谓做事需要大力提倡但做了好事无需过度宣扬，就是这个道理。因为公德关系制度秩序和道德底线，永远是第一位的。从这个意义上说，“高调退贿”更像是一个不合群官员展开的一次带有表演性质的个性清廉秀，纵然不是沽名钓誉，也不见得，更不“合体”——与反腐倡廉的关系不大，不必太当真。 陈一舟



杀贫济富

据报道，安徽无为县政府花费30万元，让43名电缆企业老总去清华大学学习现代企业管理模式。县政府觉得这笔钱花得值，而网友们则提出了质疑：花纳税人的钱，给企业家培训，这样财政支出明显不合理。什么时候把这些

钱用在民生上就好了。深圳网友“盼望”表示，充电无可厚非，就怕做秀！一位福建网友认为，这种做法不妥，有媚富之嫌，用政府财政为富人交学费，让平民怎么想？其实大可请一些专家到县里开讲座，参加学习的人也不必仅限于这些富人，这样才较为妥当。 焦海洋/图

每个公民都应珍视自己和他人的权利

在当下，非常明确的权利常常是被侵犯容易维护很难，而通常必须等到3·15那天才被“高度重视”，更何况是非常不深得人心(尤其不得一些用惯免费资源的网民之心)的“知识产权”范畴。作家们合法权益利被侵犯，没有选择“首先诉诸法律”，而是在网上联名写公开信，这是一种无奈、哀鸣！

事实上，普通人也许不知“知识产权”为何，而作为网络巨头百度和内地首富李彦宏竟然也不知道吗？一次又一次的侵害行为中，被侵害人“心知肚明”，实施侵害人“明知故犯”！这样公然地对法律的践踏，却只能眼睁睁忍受，却无法得到有力的纠正。这是怎样的尴尬或痛苦。这已经不仅仅是关于作家们以及“知识产权”领域的某个案例、一件小事。

这样的侵害为何难纠正？它往往不是“罪大恶极”、“影响极坏”，而常常是“偷偷摸摸”、“不痛不痒”；它“大法”“不犯”，只是惯打“擦边球”，钻点“法律的空子”；被发现了，却又“油”又“皮”；道歉很及时，再犯同样“及时”！执法者、民众乃至被侵害者本人简直都分不清它到底是“好人”还是“坏人”；于是，“死拖”似乎便于于理不大合适——于“法”呢？便被“无关紧要”地抹去。

作家联名公开信选择在维权“3·15”这天发布，除了呼唤守法、依法、崇法的观念或习惯，也是试图在播撒一种叫做“权利”的珍贵的种子：除了政府、执法机关、社会组织、公民也都应该树立和形成守法、依法、崇法的观念或习惯，每个社会公民也应该同时具备清醒、鲜明的“权利”意识。两者合二为一，才是对立而统一的完整法律体系。

每个人都应该珍视自己的“权利”，被侵害了，不管这侵害是坚硬而刺痛的，或是柔软而麻痹的，都应该清醒而不折不挠地捍卫、维护。每个人同时也应该珍视他人的“权利”，珍视他人的合法权利，这是在维护自己合法权利得以保全而不被侵害、忽视的法制习惯和社会基础；须知，如果一个社会里合法“权利”被侵害已经成为习惯或可以容忍，那就注定每个公民的合法权利都会无法保障。

作家联名3·15维权，这应该被视作一项“普法”和“普权利”的公民教育。同时，也应该有人站出来，用法律来维护作家的合法权利，来打击百度这样的死猪不怕开水烫的侵权者。维护“合法权利”这个概念或象征，受益的是全社会，是我们亟待向前、完善的整个法律体系。 张渤宁