

# 这项改革事关央企职工“钱袋子”

## 央企工资总额管理办法出台，今年全面施行

新华社北京1月16日电(记者王希)国务院国资委16日公布《中央企业工资总额管理办法》，对央企工资总额决定机制和管理制度体系进行全面改革。2019年办法将在央企全面实施。

去年5月，国务院印发了《关于改革国有企业工资决定机制的意见》。作为意见在央企落地落实的配套文件，办法既紧扣国企改革落地落实的配套文件，办法既紧扣国企改革落地落实的配套文件，办法既紧扣国企改革落地落实的配套文件，办法既紧扣国企改革落地落实的配套文件。

业自主分配有机结合。

办法明确，按照“一适应，两挂钩”原则，央企工资总额预算主要按照效益决定、效率调整、水平调控三个环节决定。工资总额预算与利润总额等经济效益指标的绩效考核目标值挂钩，引导企业通过完成高质量发展目标，带动职工工资总额合理有序增长；工资增长还应根据劳动生产率等指标对标情况进行调整，突出引导企业提高效率的管理导向。

同时，国资委还将按照有关部门发布的工

资指导线和对非竞争类国企的工资调控要求，对部分工资水平偏高、过高的行业与企业，尤其是主业不属于充分竞争行业和企业，如果工资增长过快，要进行适当约束，确保企业职工工资水平与增长幅度更公平合理、规范有序。对央企承担重大专项任务、重大科技创新项目等特殊事项的，办法明确予以适度支持。

办法明确对央企工资总额实行分类管理。将工资总额预算备案制管理的实施范围，扩大到全部主业处于充分竞争行业和领域的

商业类央企，由企业董事会依法依规自主决定年度工资总额预算，国资委由事前核准转变为事前引导、事中监测和事后监督；对主业处于关系国家安全、国民经济命脉的重要行业和关键领域、主要承担重大专项任务的商业类央企和以提供公共产品或服务为主的公益类央企，工资总额预算继续实行核准制管理。

对开展国有资本投资、运营公司或混合所有制改革等试点的中央企业，办法提出可以探索实行更加灵活高效的工资总额管理方式。

# “出资人依法调控+企业自主分配”

## 国务院国资委有关负责人解读《中央企业工资总额管理办法》

新华社北京1月16日电(记者王希)国务院国资委16日公布《中央企业工资总额管理办法》，对央企工资总额决定机制和管理制度体系进行全面改革。这项事关企业未来发展与广大职工切身利益的改革具体内容是什么？有何亮点？如何落地？记者采访了国资委相关负责人。

### 三环节决定工资总额

问：根据新办法，央企职工工资总额如何决定？

答：工资问题既有经济属性，又有社会属性，事关民生，事关公平，所以工资决定因素向来不是单一的，需要在坚持收入分配一般规律的前提下，充分考虑当前时代背景提出的要求。

去年5月，国务院印发了《关于改革国有企业工资决定机制的意见》。作为意见在央企落地的配套文件，办法以建立健全与劳动力市场基本适应、与企业经济效益和劳动生产率挂钩的工资决定和正常增长机制为目标，充分考虑国资委和央企的长期实践经验，提出当前企业工资总额主要按照效益决定、效率调整、水平调控三个环节决定。

一是工资总额增长主要与企业经济效益增幅挂钩联动。年初编制工资总额预算，与利润总额等经济效益指标的绩效考核目标值挂钩，并根据目标值的先进程度确定不同的预算水平，引导企业通过完成高质量发展目标带动职工工资总额合理有序增长。

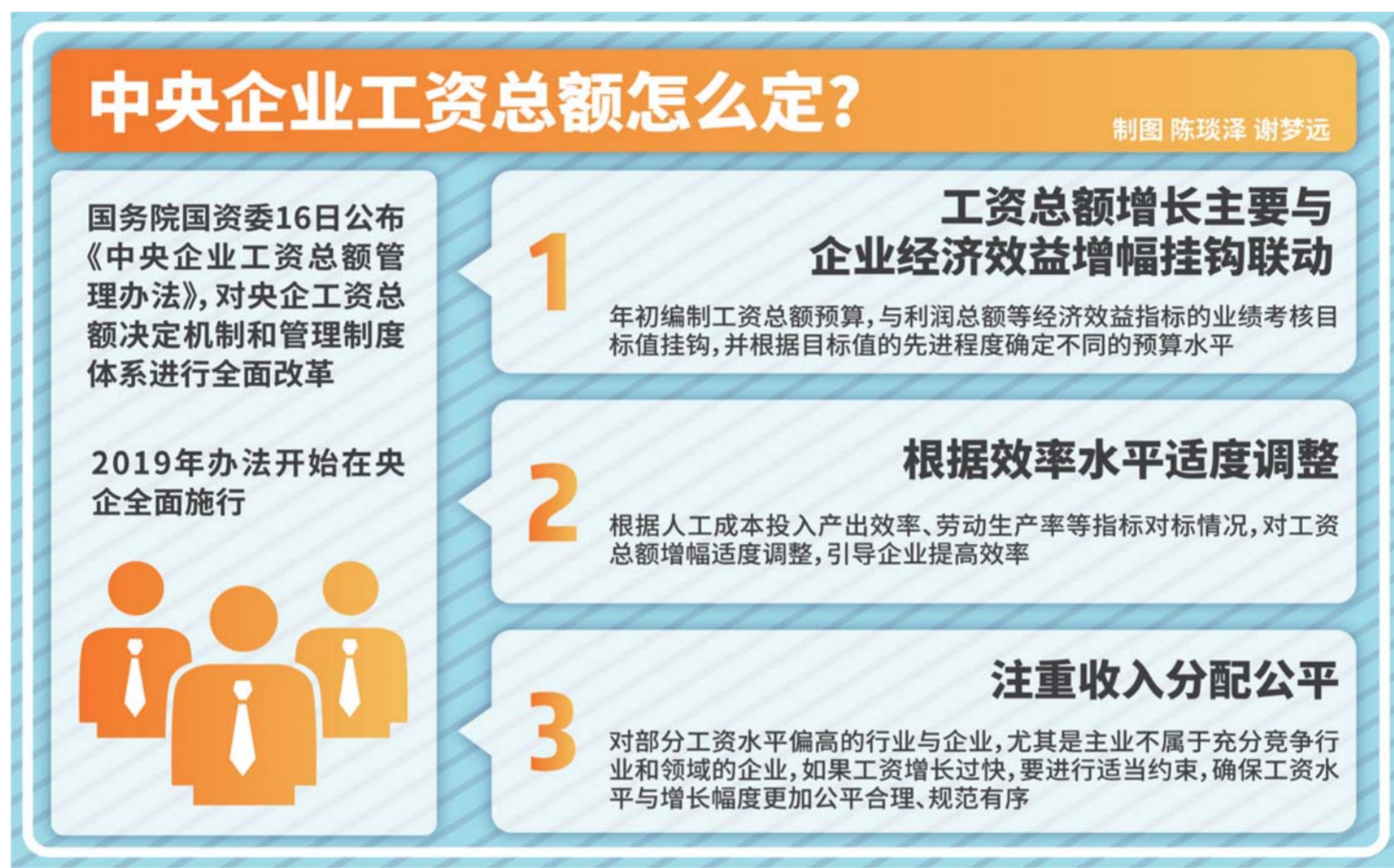
二是根据效率水平适度调整。根据人工成本投入产出效率、劳动生产率等指标对标情况，对工资总额增幅适度调整，引导企业提高效率。

三是注重收入分配公平。按照有关部门发布的工资指导线和对非竞争类国企的工资调控要求，对部分工资水平偏高的行业与企业，尤其是主业不属于充分竞争行业和企业，如果工资增长过快，要进行适当约束，确保工资水平与增长幅度更加公平合理、规范有序。当然，对企业承担重大专项任务、重大科技创新项目等特殊事项的，也明确要予以适度支持。

此外，为引导企业深化三项制度改革，这次还明确了企业同口径增人不增工资总额、减人不减工资总额的政策，鼓励企业提高用人效率。

### 工资总额分类管理

问：对不同功能定位的央企将采取哪些差异化监管措施？



国务院国资委16日公布《中央企业工资总额管理办法》，对央企工资总额决定机制和管理制度体系进行全面改革

2019年办法开始在央企全面实施



答：此次改革的重要创新之一，就是按功能定位对工资总额实行分类管理，契合当前分类推进国企改革发展的总体方向。

主业处于充分竞争行业和领域的商业类企业，工资总额预算实行备案制管理，由企业董事会在依法依规的前提下，自主决定年度工资总额预算，国资委由事前核准转变为事前引导、事中监测和事后监督；对其他类型企业工资总额预算继续实行核准制管理。

但是，对开展国有资本投资、运营公司或者混合所有制改革等试点的央企，可以探索实行更加灵活高效的工资总额管理方式，实现与国企改革试点工作全面对接。

问：那么在决定机制上也是差异化的吗？

答：是的，不同功能定位企业可以实行差异化的决定机制。比如，企业可以根据功能定位，在工资总额与经济效益匹配的大原则下，选取差异化的经济效益指标与工资增长挂钩，尤其是对于主业处于关系国家安全、国民经济命脉的重要行业和关键领域、主要承担重大专项任务的商业类企业和公益类企业，还可以探索结构化管理方式，在

工资总额中自主确定一定比例的保障性工资总额，与企业所承担特殊任务和公益性业务完成情况挂钩，实现社会效益和经济效益有机统一。

### 分级管理 激发活力

问：对央企的子公司怎么管？

答：办法明确提出，对央企工资总额实行分级管理。国资委负责管制度、管总量、管监督，中央企业负责管内部自主分配、管预算分解落实、管具体操作执行。国资委与中央企业权责清晰、各司其职。

问：也就是说企业内部收入分配是企业的责任吗？

答：是的，央企对其子企业的工资总额以及内部收入分配事宜应承担起主体责任。因此，办法在宏观层面完善国家、企业和职工三者工资分配关系的同时，强调企业作为内部分配的责任主体，应当持续深化内部三项制度改革，构建形成“管理人员能上能下、员工能进能出、收入能增能减”的市场化劳动用工和

收入分配管理机制，切实承担起搞好搞活企业内部分配的职责。

### 规范管理 加强监督

问：这次改革授权力度很大，在监管上有什么考虑？

答：在加大授权放权的同时，办法强调监督检查，明确界定企业的违规责任。例如，如果实施备案制管理的企业严重违反有关收入分配的规定，会将其工资总额预算方式调整为核准制，确保做到权责对等。办法还将企业工资总额管理情况纳入各项监督检查范围，与审计、巡视等形成合力，切实保证监管到位。

问：下一步具体工作如何开展？

答：2019年办法开始在央企全面实施。国资委将加快制定配套文件，包括工资决定机制的具体实施规程、备案制管理实施方案以及工资管理特殊事项清单等，以便企业执行。同时，还将加大宣传培训力度，协同推进配套改革，特别是强化事中监测和事后监督，确保相关事项放得下、接得住。

近日多款社交产品上线，新旧平台“交锋”引热议

# 短视频会搅动社交网络“一潭春水”吗

新华社北京1月16日电(记者郭宇靖、吉宁)日前字节跳动在京发布了新的社交产品“多闪”，希望通过短视频的方式满足用户的社交需求，引起网友高度关注。

近年来，随着4G等网络基础设施不断完善，符合年轻人使用习惯的短视频内容爆发式增长，新的社交产品是否会搅动社交网络平台的“一潭春水”？记者就此进行调查。

## 多款社交产品上线，短视频受关注

15日，字节跳动公司在京发布了名为“多闪”的视频社交产品，主打年轻群体的短视频社交。同日，云歌智能和快如科技两家互联网公司都发布了新的社交网络产品。

“错过最关心的人的动态”“朋友圈只剩下点赞之交”……“多闪”的90后产品经理徐璐冉认为，年轻人的社交需求是“无压力地记录分享生活”，由于当前社交产品的尴尬，因此希望有一款帮助人增进亲密关系的视频社交产品。

字节跳动旗下抖音产品的总裁张楠表示，抖音将产品的口号在2018年升级为“记录美好生活”，并推出了京剧、脸谱等一系列与传统文化相关的活动，备受用户好评。

数据显示，抖音日活跃用户数从一年前的3000万发展到如今的2.5亿，月活跃用户数已高达5亿。

“在用户数量的高速增长中，我们感觉到当前社交平台对短视频探索有限，用户的很多社交需求没有被满足。”张楠这样解释推出新产品的过程。

总体来看，与传统社交产品不同，“多闪”引发用户关注主要有三个原因：一是产品选择将连接聚焦于用户个人，以代替传统依靠相同内容兴趣产生的社区聚合；二是以短视频这种表达方式连接人与人之间的关系；三是依靠抖音和今日头条头的流量赋能。

有分析人士认为，字节跳动等公司推出新产品之所以引发了市场高度关注，是因为人们关心其能否挑战一个难以撼动的竞争对手——微信。

数据显示，微信的月活跃用户数已经超过了10亿，每日信息发送450亿次，音视频呼叫4.1亿次。

## 短视频社交能否激活网络平台新秩序？

近年来，高速发展的短视频被不少人看好。中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍表示，短视频具有较强的社交属性，未来或将成为互联网社交主要发展方向，当前一些社交工具已经添加了视频功能，并不断迭代。

根据极光大数据发布的研究报告显示，2018年第二季度，用户每日花费在网络视频类应用的时长高达58.9分钟，是花费在新闻资讯类应用时长20.6分钟的近三倍。

短视频社交产品或将改变现有网络平台的竞争格局。艾媒咨询CEO张毅认为，随着4G普及、流量升级，和未来5G的推广使用，将有足够的基础设施支撑起短视频社交的应用和深化。同样，年轻群体尤其是00后的使用习惯，更倾向于彰显个性的社交媒体。因此，短视频社交是下一代社交工具的主要方向。

张毅认为，未来短视频社交产品的竞争主要来自两方面，一是互联网巨头自身影响力的竞争，即依靠自身用户基础的优势来竞争；另一方面，短视频社交媒体在大量资本投入后，如果短时间无法满足用户需求，将较难持续发展，因此这种竞争仍存在较大不确定性。

## 平台经济如何才能走得更远？

一边是尝试寻找用户需求的多个新产品，一边是月活跃用户已超10亿的“老大哥”。当前，平台型产品以优质技术为用户提供了大量机会和价值，并降低了互联网用户的使用门槛，但同时也越来越成为“一家独大”的规则制定者。如何面对新竞争者，更好地为用户提供价值，使平台经济走得更远，是每一个互联网从业者需要思考的问题。

就在产品发布当天，“多闪”的页面已经被微信“封杀”，出现“已停止访问该网页”的页面提示。对此，今日头条CEO陈林表示，抖音和微信面向的不是一个群体，希望微信不要将其当作竞争对手。微信相当于通讯的基础架构，而“多闪”则更注重熟人社交。

朱巍认为，互联网门槛低、迭代快，不太可能存在长期的垄断，但这种对潜在竞争对手的“封杀”，存在滥用垄断地位的嫌疑，需要制约。

有专家认为，互联网就是在创新者的挑战中不断发展变革的，但无论如何变革都要以为用户提供价值为核心，不能以绑架用户利益作为要挟。同样，短视频产品也要高度重视用户，特别是在短视频时代更要加强对用户隐私的保护力度。

# 扮“老中医”开“大药房”编假病情

## 性保健品诈骗“关爱”背后实为“套钱”



新华社广州1月16日电(记者周颖)“7至15天见效，彻底治愈不复发。”“调理后，头发乌黑茂密，整个人看起来年轻好几岁！”……记者调查发现，时下，不法分子将目光盯上有“难言之隐”的人群，利用受害人不愿声张的心理，鼓吹性保健品治疗奇效。不少人落入诈骗分子精心编织的陷阱——利用大药房作幌子，假冒“老中医”作摆设，虚构病情，嘘寒问暖，推销售价高达几百上千元的性保健品套餐，实际成本价仅为几十元。

## 打“老中医”幌子，编虚假病情，赚取暴利

近日，广州天河警方破获一起男性保健品诈骗案。警方抓获77名犯罪嫌疑人，查获伪劣保健品26种702箱，涉案金额超千万元。

办案民警彭云辉介绍说，该团伙诈骗对象主要是20岁到50多岁的男性，受害者遍布全国20多个省份。诈骗团伙利用网络平台发布信息广告，待有人“上钩”进行咨询，通过微信“一对一”服务，以对方身体肾虚需要调理为

由，诱骗客户高价购买伪劣产品。

记者采访了解到，为了骗取客户信任，该团伙请冒充“老中医”坐堂问诊开方，提升信誉度。据犯罪嫌疑人、负责开方的“老中医”吴某供述，自己中专毕业后边学边干，实际并没有取得从医资格证书。

骗局的背后则是巨大的非法经济利益。彭云辉说，第一单面谈成后，“业务员”一般是收取100元至200元的定金，销售的产品也多为几百元钱的。然而，这只是“吸金”的开始。后续“业务员”又会以“要加大剂量”“配置更高浓度的药”，层层升级，推销2380元、2680元、3680元等价格不等的产品套餐。

“售价一百多块的性保健品，成本价只有五六块，售价四五百块的成本只有二十几块。”彭云辉说。

## 嘘寒问暖的“关爱”背后实为“套钱”

记者梳理近年来一系列性保健品诈骗案件发现，引经据典、真实伪装、现身说法、引诱恐吓是不法分子常用的四种“套路”，本质上都是为“套钱”。

——介绍引经据典，谎称“祖传秘方”。很多性保健品在介绍中先推出某种名贵中草药的养生保健功效，并引用《神农本草经》《本草纲目》等中国古代药学专著，很多消费者因此

把对典籍的信任“转嫁”到保健品上。

——行骗真实伪装，“专家”故弄玄虚。广州市天河区珠吉路上，一栋两层楼房看起来与一般药店没有任何差别，然而，这却是警方捣毁的一个男性保健品销售诈骗窝点。与真实伪装相配合的，是貌似权威实则故弄玄虚的假专家、假神医。在介绍产品时，假专家甚至假模假样地叮嘱“患者”服用期间，不要吃白萝卜和绿豆等食物，让不少消费者信以为真。

——“病友”现身说法，讲述病情并茂。近年来，不少保健品的销售通过自架发射器的“黑广播”等途径宣传。记者收听一些“广播访谈节目”了解到，节目让一些自称吃了性保健品的“病友”打电话到“直播间”，讲述前后对比疗效。“病友”讲述的情节往往低俗色情，让听众动心进而相信。

——动辄引恐吓，疗效全靠忽悠。广州增城警方打掉的一个性保健品销售诈骗团伙成员介绍，如果男性客户购买壮阳产品没效果，就骗对方停药会导致细胞休克；对于想停药不买丰胸产品的女性客户，则恐吓对方称需要禁欲两三年。他们卖的产品大多产自黑作坊，产品效果主要靠忽悠。

## 重拳出击，多部门协同联动整治“保健”市场乱象

一系列多部门协同联动整治“保健”市场

乱象的措施出台。8日，国家市场监督管理总局等13个部门联合整治“保健”市场百日行动电视电话会议。

国家市场监督管理总局表示禁止各地市场监管部门对保健品进行评比、评优等活动，违者坚决依法追责；工信部门表示，建立健全24小时机制，及时处置网络违法活动，严查利用骚扰电话进行保健品推销；商务部门将严格直销行业市场准入，整治直销市场秩序；卫生部门将严厉查处各种假借健康讲座进行免费体检、以中医预防保健名义进行非法诊疗、无证行医等行为。

“多部门协同合作，有效避过了过去各管一段、衔接不力、力量分散的弊端。”广东省医学会医事法学分会主任宋儒亮说。

各地也在结合当地实际，突出重点，大力开展“保健”市场乱象专项整治。宋儒亮建议，针对性保健品这类乱象严重的重点行业、重点领域、重点区域，集中执法力量开展综合整治攻坚。同时，通过政府购买服务的方式，邀请医学类、保健品类协会专家、制定性保健品购买使用安全指南，明确性保健品的使用对象、不良反应、禁忌、风险等提示，并定期更新，从源头上科学把关、理性指引和健康关怀。

相关专家也提醒，身体不适应到正规医院就医，保健品不是药品，凡是宣称具有治疗功效的都不可信。消费者若发现上当受骗，可向市场监管等部门举报。

## 去年全国9.2万多人违反中央八项规定精神被处理 包括6名省部级干部

新华社北京1月16日电(记者朱基钗)中央纪委国家监委网站16日发布数据显示，2018年12月全国查处违反中央八项规定精神问题9350起，处理13411人，给予党纪政务处分9478人。从全年数据来看，2018年全国查处违反中央八项规定精神问题65055起，处理92215人，给予党纪政务处分65558人。

从2018年全国查处的违反中央八项规定精神问题类型来看，违规发放津补贴或福利16615起、违规收送礼品礼金12124起、违规配备使用公务用车9394起、违规公款吃喝8897起、大力婚丧喜庆6262起、公款国内旅游3406起、楼堂馆所违规问题2159起、公款出境旅游159起、其他问题(包括提供或接受超标准接待、接受或用公款参与高消费娱乐健身活动、违规出入私人会所、领导干部住房违规、违规接受管理服务对象宴请等问题)6039起。从查处干部级别来看，被处理的人员中省部级干部6名、地厅级干部1166名、县处级干部9467名。

为掌握全国贯彻落实中央八项规定精神情况，中央纪委在各省区市和新疆生产建设兵团、各中央和国家机关、各中央企业和中央金融企业等建立了落实中央八项规定精神情况月报制度。