用危机感紧迫感激活“省会意识”

——聚焦省城“优化发展环境”之二

市场经济环境中的城市竞争,结果并不取决于城市的历史荣誉和行政地位,而是看谁的观念更开放,谁的作为更主动,谁更能抢得发展的先机,不断开拓出发展的空间,释放出发展的潜能。

评论员观察

□本报评论员 沙元森

最近一个阶段,“太平官”在济南的安稳日子越来越难过。为实现新的发展目标,济南市对各级各部门提出了更高的要求,明确提出要“把济南的发展放在全省、全国的大格局中来比较、来定位”,这样的定位,体现了省城济南干事创业谋发展的危机感和紧迫感。

济南不仅是山东省的省会,还是全国为数不多的副省级城市之一。作为省会,济南的教育、医疗、交通等优质公共资源足以让省内其他一些城市羡慕。济南市民谈到省城,也常津津乐道于此。只看到了眼前的优势,满足于小富即安的现状,这不应该是我们应有的“省会意识”。如果总是怀抱着副省级省会城市的优越感,即使面对省内兄弟城市千帆齐发的竞争势头,也很难产生一种深刻的危机感和紧迫感,那么这样的“省会意识”带给我们的就是惰性,就是影响发展的包袱。面对各个城市间发展竞争的格局,只有强化危机感紧迫感,才能培育出充满激情和创造力、永不满足的“省会意识”。

近来,为优化发展环境,济南正主动在提高行政效能上下大功夫,这正是危机感和紧迫感的体现。“拿自己开刀”是一种决心,也是一种勇气,每个市民从这种勇气和决心里,看到的是省会济南未来的巨大发展空间。实践证明,市场经济环境中的城市竞争,结果并不取决于城市的历史荣誉和行政地位,而是看谁的观念更开放,谁的作为更主动,谁更能抢得发展的先机,不断开拓出发展的空间,释放出发展的潜能。这些年,一些落后地区实现超越式发展的原因也多在于此。如果省会城市的行政效能尚不及一个小县城,让外来投资者望而却步,就很难体现出自身的优势。

“省会意识”的确立,不仅仅是依赖城市的行政地位,更重要的是要有引领风气之先的精神风貌。济南市为优化发展环境而自我加压,不仅与省内兄弟城市相比较,也与国内同类的先进城市比,这种主动定位置、找差距的行动正体现了城市管理者开阔的胸襟和包容的心态,也必将为以后的发展注入动力。济南作为山东省的省会,某种程度上代表着山东这个经济大省、开放大省的形象,这种勇于实践、勇于改革的精神,这种不摆资格、不吃老本的创新创造精神,正在丰富着“省会意识”的内涵。

音乐人能否“集体维权”是关键

>>个论

□张莹

“录音制品首次出版3个月后,其他录音制作者可以依照本法第48条规定的条件,不经著作权人许可,使用其音乐作品制作录音制品。”这是近日公布的《中华人民共和国著作权法》(修改草案)中的第46条内容。对这一新修订内容的最通俗理解就是:音乐人对自己的作品只有3个月的拥有权。

这样的修改草案,好像明显不利于音乐著作权人,很多音乐人纷纷表示质疑。高晓松说,“这样的规定将导致幕后创作者流失殆尽”,音乐人小柯发表博客称“修改草案最终形成行业‘法律性’的垄断”。音乐著作权如此修订,到底意欲何为?

据了解,一直以来,我国对音乐著作权的保护,充斥着两种声音:一为过度伤害论。被指保护不力,导致盗版滋生,音乐人难以为继;一为过度保护论,制约了音乐相关事业的发展。今年年初,太合麦田宋柯去职,转而卖起了烤鸭。不出唱片卖烤鸭,宋柯卖的是音乐人的底线!与此同时,众多经营机构对“著作权法”的过度保护颇有微辞,著作权在个人,不经人家允许,谁也不能拿来用!

一方面做音乐的都想卖个好价,另一方面想买的买不着,就干脆偷。这样的状况维持下去,导致的后果就是,谁都活得没有尊严!记者分析,把著作权法修改草案认定为“满三个月就可以不经著作权人同意,使用其音乐作品”,是断章取义的看法,它的前提是“在使用前向国务院著作权行政管理部门申请备案;使用时指明作者姓名、作品名称和作品出处;使用后一个月内按照国务院著作权行政管理部门制定的标准向著作权集体管理组织支付使用费”。此修改草案,意欲把个人的权益交于集体管理,这样便于统筹,便于以国家法律法规,去维护著作权人的利益,同时跟上音乐领域市场膨胀的需求。

不难看出,这样一来,著作权集体管理部门的工作至关重要,他们能不能真正去维护音乐著作权人的利益,是《著作权法》修改条例的关键。2008年5月,中国音像著作权集体管理协会在京成立,该协会开始推进卡拉OK版权收费工作,音乐人的作品不再成为歌厅的“免费午餐”,尽管收上来的费用只占一定比例,但总算以集体的力量维护了音乐人的权益。当下,音乐从磁带时代进入数码时代,销售渠道骤然增多,每一个著作权人依托个人的力量,维权也非常艰难。在盗版与版权矛盾凸显的时期,不规范操作形成规模,突然把某人手里的白食抢过来,管他们要钱,并不是那么容易的事。“草案”把大权交于著作权集体管理部门,并不是让他们去挣音乐著作权人的钱,而希望他们保护好音乐人的权益,让他们安心创作,以好的音乐换取美好的生活。

绿灯行天下 天下绿灯行
绿灯行电缆
检测如不合格 货值双倍赔偿
宁可不卖 绝不欺诈

六省市品牌服装展
4月6日-4月17日
济南国际会展中心(高新区)
热线电话:13216965828

>>声音

如果文学能这么简单划分的话,海明威的《老人与海》就应该是渔业小说。

——**作家王跃文说。**

过多追求干部的年轻化,就会造成干部队伍对工作的不适应,同时导致群众的不信任。

——**中国行政体制改革研究会副会长汪玉凯说。**

由于农民工的流动性,以及统计方法的不完善,我们的统计数据不能完全反映城乡之间的真实收入差距水平。

——**中国社科院人口与劳动经济研究所所长蔡昉教授说。**

■本版投稿信箱:
qilupinglun@sina.com

掀大屏智能风暴 聚产业链条合力

——2012年山东电信终端产业链年会在济南举行

何志强总经理致辞

2012年4月5日, 2012年山东电信终端产业链年会在济南盛大召开。本次年会的召开旨在促进CDMA产业链各方资源的整合和信息共享,构建更加开放、充满活力的CDMA产业链,营造健康有序、和谐活跃的发展环境,促进CDMA产业链的发展壮大和全面繁荣。

本次年会是山东电信继2009-2011年连续三年成功举办终端产业链联合年会之后,召开的促进CDMA产业链深度合作的又一次重要会议。与会嘉宾有中国电信以及三星、摩托罗拉、诺基亚、HTC、中兴、华为、海尔、海信、联想等国内外知名终端厂商的代表,和天音、黄天、鹏人、中邮、迅信通等渠道经销商代表近400人。本次会议以“大屏智能,合作共赢”为主题,中国电信天翼公司总经理马道杰、山东电信总经理何志强出席会议并讲话,山东电信相关部门负责人数丁主题发言,终端厂商和代理商代表介绍了新上市大屏智能终端产品及销售政策。

自2008年中国电信接手CDMA以来,短短3年就建成了全球规模最大、国内商用最早、覆盖最广的CDMA 3G网络,移动用户已由当初的2840万户增至目前的1.3亿户,成为国内最大的3G网络运营商和全球最大的CDMA网络运营商。庞大的市场、快速的增长,为CDMA终端产业链带来了空前繁荣,2011年,中国电信携终端产业链连续打造出大屏千元智能机、全球漫游手机、3G互联网四通通手机、心系天下系列手机等差异化终端,创造了单款千元3G智能机100天销量过百万、单款大屏千元智能机60天销量过百万等一个又一个销售奇迹。在电信版iPhone 4S引起销售热潮仅半个多月,全球另一著名手机企业诺基亚的首款WP手机又由中国电信引入,至此,全球几乎所有主流手机厂商都已与中国电信深度合作,贡献丰富的3G终端,中国电信已提出新的规划:到2012年中国电信3G用户将超过2G用户数。

年会开幕式上,山东电信总经理何志强对广大合作伙伴付出的辛勤努力表示衷心感谢。他说,近几年,山东电信在集团公司和社会各界的大力支持下,坚持互利共赢、共创价值,各项业务实现了重大跨越。目前山东电信天翼3G网络率先实现了全省无缝覆盖,成为省内唯一3G网络覆盖到所有农村的运营商。天翼终端更加丰富,在售CDMA终端由原来的不足200款增加到1200多款,在行业中居于领先地位,进一步扩大了用户的选择;3月9日,电信版iPhone 4S正式销售,销售情况异常火爆,进一步丰富了天翼终端产业链和品牌知名度。屏幕的大小关系着客户的应用和感知,4吋屏将使终端与应用的结合更为完美,应用体验更为丰富。在共同经历了2吋屏的“开智”、3吋屏的启蒙、3.5吋屏的孕育之后,4吋屏强势面出,智能机真正进入了大屏智能时代。此次山东电信携13家终端厂商,量身定制了38款4吋大屏智能机,从千元左右的大屏普及机到高端的双模、双核、高清高端机,产品线更加丰富。2012年全国智能机预计销量达到4000万,山东预计销售200万部。

何志强总经理指出,合作共赢是当今3G移动互联网市场的客观要求,代表着产业发展的趋势。山东电信高度重视终端产业链在3G移动互联网时代发挥的重要作用,下一步将努力做好对产业链培育和发展的支撑,进一步秉承“共赢、服务、长久”的合作原则,将拿出更多的优势资源和优惠条件,为产业链各方提供更为广阔的舞台。

2012年山东电信终端产业链年会的召开,将进一步加强CDMA产业上下游的沟通合作,凝聚了产业链各方力量,将有力推动CDMA产业链的持续繁荣,共同为用户提供领先的3G网络、业务、终端和服务。

参会人员热烈交流