

# 城市好形象不是“烧”出来的

■试说新语

城市形象宣传片的工业化批量生产,或许是该降降温了。不一定每个城市都拍,更不必要每年都拍。拍不出城市好形象也便罢了,反而有可能沦为伤害城市形象的形象工程。

□舒圣祥

5月29日,郑州市旅游局官方微博发布2018新版郑州旅游宣传片。宣传片一经网络传播,引发网友热烈讨论。眼尖的网友发现其中存在硬伤:把开封的“清明上河园”,当成了郑州航空港区的“园博园”。宣传片制作方中视金桥回应,确系工作人员误用视频素材所致,目前正在对该片进行全面审查和修改。

花348万元拍的城市宣传片,结果却在用开封“冒充”郑州,或者说,在郑州的宣传片里替开封宣传了一把。这种荒唐事的发生,不仅刷新了城市宣传片可以如何劣质的底线,也验证了城市宣传片这个钱是多么地好挣。

在郑州这个宣传片里,网友还指出了其他视频素材信息

错误和侵权问题,中视金桥回应“在与素材公司沟通过程中”。这不由得让人好奇,短短几分钟的宣传片,到底多少视频素材是买来的,又有多少是自己一个镜头一个镜头拍的?如果都是买来的素材,做的仅是剪辑嫁接的活儿,谈何高质量,又哪里值那么多钱?

中视金桥的工作人员,可能是不了解郑州的外地人,但郑州官方从上到下,都是怎么审查通过的呢?难道花348万元买回来一个什么东西,都不提前看看,就对外发布了?网友都能一眼发现的错误,当地旅游局却看不出来,令人费解。

只有爱一个城市,才能拍好这个城市。都不清楚郑州的人,怎么拍出郑州的美来?连开封的景与郑州的景都傻傻分不清的人,又怎能做好郑州宣传片?这其实是一个悖论。但是,

很多城市宣传片,依然走老套路。花很多钱,交给名头很响的外地广告公司,只要画面够美就行了,也不管有没有符合本地气质的细节展示与独特创意。

城市形象宣传片的工业化批量操作,近年来呈现大爆发之势。几乎每个城市都要拍,有的城市还每年都拍,甚至一年拍几个。某种意义上,城市形象宣传片,已经拍成了恶俗的形象工程。除了是一笔暴利的生意,除了是一场烧钱的大赛,并没有更多实质意义。

曾有人在网上贴出中国城市形象宣传片的“制作宝典”,套用该宝典,再融入各地名胜古迹,八九不离十的城市宣传片就成了。在这些“中国式宣传片”里,整齐划一而带微笑的大合影,气势磅礴的新建筑或旧古迹航拍,汗水或泪水划过脸庞的慢镜头,奔向太阳升起地

方的孩子,公园里打太极拳的老人,高架桥上的车流和马路上的车流,像魔咒一样萦绕。

真正好的城市宣传片,不一定得请外地大公司,也不一定得花很多钱。比如G20期间,名为《杭州映像诗》的8分钟短片让人印象深刻。为了拍摄这部作品,一对情侣用5年时间跑遍了杭州的角角落落,一共拍摄了8000G素材,9万多张照片,最后在成片中大概用了1.8万张照片,150多个镜头。相比工业化的生产,出于真爱拍出来的东西,当然更好。

城市形象宣传片的工业化批量生产,或许是该降降温了。不一定每个城市都拍,更没必要每年都拍。拍不出城市好形象也便罢了,反而有可能沦为伤害城市形象的形象工程。348万元拍出来一个笑话,难道不可悲吗?这样的烧钱大赛,可以休矣。

## 打造百年企业,功成不必在我

□“新动能·新思想”访谈

医养健康是山东省新旧动能转换重点发展的十大产业之一,也是深入实施“健康山东”战略的关键,制药企业正肩负着重要的使命。自2010年“接棒”以来,新华制药党委书记、董事长张代铭一直在思考,如何在这样一个特殊的行业打造百年企业。

### 好口碑体现企业实力

作为一家制药企业的掌门人,您是怎么看待企业的社会责任?

张代铭:早在1986年,公司就提出了“两个生命”的质量观,产品的质量关系企业的生命,药品的质量关系人的生命,好药治病,劣药致命。经过了三十多年的发展,这个质量观也得到了验证。投机取巧、偷工减料一时还行,但是长期一定会影响企业发展。

在国际化战略里,质量尤其重要。2017年5月份是我们和德国拜耳合作十周年,拜尔高管团队中全球质量总监当时说了一句话,“和新华制药这十年的合作,最大的感触就是一次质量问题都没有出过。”

好的市场口碑,体现的是企业自身的实力。2016年3月,美国FDA检察官来到新华制药,对公司三个园区14个产品进行了为期2周的质量现场检查。检查结果是,新华制药以零缺陷通过。这在当时引起了很大的反响。

### 敢于投入鼓励创新

作为制药企业中的老字号,怎样才能发展成为一个百年企业?

张代铭:创新发展是永恒的。我们很早就提出了,要打造一个百年新华。百年不意味着一成不变,要创新发展,打破常规。创新是引领发展的第一动力。科技创新是企业发展的源动力,也是促进企业加快

新旧动能转换的一把金钥匙。科技的高度决定了企业的高度,这是企业发展的基石。

尽管制药企业的研发投入周期长、见效慢,但这几年就算是在企业困难的时候,新华制药也一直在持续加大研发投入。连续四年,我们每年都拿出一千四百万到一千六百万来重奖科研工作者,这些科研工作者不专业的科研人员,还包括一线员工。只要有科研成果,我们就兑现奖励,激励效果非常明显。通过科技创新,2017年我们企业内部原材料就节约了两千五百多万,还完成了五十多个技术攻关的项目。

### 眼光要看得长远

医养健康是新旧动能转换重点发展的十大产业之一,但我们了解到,山东的医药存在附加值不高的问题,您是怎么看的?

张代铭:机会在市场中无处不在,关键是如何把握机会,抢抓市场机遇。现在大

健康很热,随着人民生活水平日益提高,对健康的要求也越来越高。

山东是个医药大省,但不是医药强省。江苏在规模上排第二,但我们和它还是有差距。一是我们的附加值不如江苏,表现在原料药比重大,制剂比重较小,江苏恰好相反。二是在国际化方面也不如江苏,江苏的苏州、连云港等地医药发展很快,引进了很多国际大公司。

制药行业是一个比较特殊的行业,研发投入高,周期长,风险大,同时回报也高。周期长,主要体现在投入的研发资金上,一个新产品可能要在五到十年以后才能研发出来。风险大,体现在药品在药物研究阶段可能疗效很好,但是到做临床的时候,可能又出现问题,导致这个品种夭折,投入等于打了水漂。但是功成不必在我,国有企业负责人一定要有这种意识,只有保证长期投入,企业才会长盛不衰。

本报记者 张玉岩

■媒体视点

### “国民总时间”争夺战

近日,腾讯和今日头条方面互诉涉嫌不正当竞争,一个索赔1元,另一个则索赔9000万元。纵观两者之争,表面上看是因封杀、贬损等具体事由而起,更深层次的原因则在于对于“国民总时间”GNT的争夺。

“国民总时间”GNT(Gross National Time)是参照“国民总收入”一词创造的概念,在互联网信息总量大约每3年翻一番的情况下,信息消费者的可用时间总量,却几乎是个恒定不变的数字。

用户时间消费指向哪,就会给被使用平台带来巨大的流量,从而形成变现的“本钱”,并延伸出其他新生业务。而一旦失去用户时间消费,其产品和服务也就难以纳入用户的时间购物篮中,不再具备市场价值。

腾讯是通过QQ和微信获得用户的社交时间,成为最大的线上互动入口后,接着开辟出微信支付等新赛道。今日头条通过内容消费和娱乐等构建起自身的产品矩阵,并不断扩充边界后,与腾讯的利益冲突很直接。

所以,二者间从擦枪走火到剑拔弩张的“大战”,几乎无可避免,问题只在于因何由头而掀起。而其PK的目标所指,就是巩固自身护城河,不让用户流失到“竞对”。

一方是国民超级应用,一方则在短视频及内容分发上有着先发优势,其用户日均使用时长增速惊人,这场交锋中谁居上峰,并不好断言。在既有的市场份额之外,在法理与人心层面站得更稳,也成了左右胜负的重要因素。

市场欢迎正当竞争,也鼓励将纠纷纳入法治轨道的博弈,所以无须对此怀杞人之忧。有人将此次纠纷称为“互联网圈的权力与游戏”,依此逻辑看,用户的时间越来越值钱,显然是其大背景。希望双方竞争不要殃及用户,也别沉迷于用碎片化内容填充用户时间的单一模式,而是以高层次竞争倒逼出更多模式与产品创新。(摘自《新京报》,作者远山)

## 对明星的税务稽查应常态化

■一家之言

□何勇海

今日,崔永元爆料范冰冰4天6000万元天价片酬,并起底疑似大小合同、阴阳合同等偷漏税等潜规则。最新消息称,由于范冰冰工作室在无锡,无锡市滨湖区地税局目前已经介入调查取证,相关情况有待后续由税务机关权威发布。权威法学专家认为,如果税务机关调查阴阳合同客观存在且行为人涉嫌逃税,应当依法下达追缴通知,责令补缴并缴纳滞纳金,涉嫌犯罪的移送公安机关。(6月3日《法制日报》)

自崔永元爆出范冰冰拍戏签订大小合同、阴阳合同(一份合同约定片酬为税后1000万元,另一份合同约定片

酬5000万元)之后,这件事就不只是娱乐新闻了。如果最终证实范冰冰签订的阴阳合同是虚假的,不仅可还范冰冰一个清白,还可以正视听,平息公众疑虑;如果最终证实阴阳合同是真实存在的,则可借机对这种乱象予以整治,以维护税法的尊严权威。

实际上,明星通过签订阴阳合同以逃避缴税,早就不是鲜为人知的秘密。在2011年9月,《光明日报》曾如是报道:一位制片人向记者透露,几乎每个剧组都有一套阴阳合同,演员的“阳”合同是骗税务局的“税后”合同,这是收税依据;“阴”合同是剧组与演员的私下协议,是真实的薪酬合同,整整相差十倍。阴阳合同像一个毒瘤,几乎扩散到行业内每个细胞,每个剧组。

虽然近年来,有关部门加强了对包括明星在内的高收入群体的纳税监管,但随着明星片酬一路水涨船高,明星需要缴纳的税费在增加,避税冲动也更强烈了。特别是去年,相关行业协会联合发布了《关于电视剧网络剧制作成本配置比例的意见》,要求全部演员的总片酬不得超过制作总成本的40%。阴阳合同恐怕仍是逃税以及规避这个成本配置比例的法宝。税务部门应当加大力度,继续向阴阳合同开刀。

要整治明星签订阴阳合同,一要对明星常常进行税务稽查,但对凡偷漏税都应负法律责任;二要建章立制使明星收入透明化。不管是从签约公司取得的固定工资或股权激励,还是片酬、商业广告收入,以

及对外投资分红,都要透明化,全口径管理;三要防止明星成立的空壳工作室等成为“避税天堂”——明星以个人身份纳税税负最高,成立工作室、独资合伙企业、有限责任公司等,则承担的是相对较低的企业赋税,曲线避税。

此外,相关部门还要在税收征收上改革。早有制片公司披露,政策规定明星片酬纳税由制片公司代扣代缴,这明显增加了制片公司的负担,这也是他们乐意与明星签订阴阳合同的原因。由此看来,要想彻底根除阴阳合同,打破演艺明星与制作公司的“合谋”,还需要在税收体制和征缴方式上做文章。

■投稿邮箱:qilupinglun@sina.com