

# 春天的消息

## 2011 全国两会



2011 全国两会·观点

本版话题 尽快从立法层面遏制“网络水军” “房产税”“限购令”作用有多大？

### “旭日阳刚”能够走多远？ “网络水军”为何大泛滥？

## 观点交锋

### “虎妈”“猫爸”哪一个更牛？ “最严调控”能否压下房价？

#### 草根“明星”多少都有“硬伤”

从“芙蓉姐姐”到“后舍男生”，从“西单女孩”到“旭日阳刚”，一个又一个来自地下室、出租屋、地铁站、酒吧迪厅的草根人物，通过网络一夜走红后，成为现实生活中的“明星”。

张会军委员：“网络红人”走红的具体原因很难找出共性。“旭日阳刚”、“西单女孩”这些红人，主要是他们表达真善美的歌声、言行感动了网民。而一些依靠比较“另类”的行为、通过违背社会价值观的“雷人言语”成名的“网络红人”，则跟网络的特点和一些网民的“审丑”心态有关。

一些两会代表、委员认为，“网络红人”现象具有一定的合理性，反映了网络的特点和社会真实，多元化的社会需要草根的激情。

叶小钢委员：“网络红人”基本上走的是一条难以复制的成名之路，很难说他们能够走多远，因为草根“明星”多少都有一些无法回避的“硬伤”。要想持续走红，仅靠人们的新鲜感维持不行，必须具备深厚的底蕴和专业素养。



“旭日阳刚”组合



华裔教授蔡美儿

#### 网络“恶势力”制造“凤姐”“小月月”

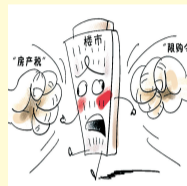
一篇网帖、一个网民、一起事件一夜之间成为网络热点，这果真都是因为网民自发“围观”热捧所致？当“网络水军”还是个生僻词时，他们的战利品——“奥巴马女郎”“凤姐”“小月月”“郭寒韵”已众所周知。

部分参加全国两会的代表委员接受采访时表示，“网络水军”这个以网络公关公司为主体，以牟取不正当利益为目的，帮他人发帖、删帖、顶帖、造势的网络“恶势力”，正在破坏正常的网络生态，成为恶性竞争、误导民意、颠覆公德良序的麻烦制造者，必须尽快从立法层面给予遏制。

高明芹代表：法律法规的不健全纵容了“网络水军”的泛滥。论坛的管理员对涉嫌侵权的帖子有没有监管的义务？要不要承担责任？难道非要在受害人发现并告知后，才予以纠正？关于“承担民事责任”方面的规定也过于笼统，缺乏具体条款，难以震慑。



2011年“民女许身救父”的幕后策划人彭宝泉



“税”“价”博弈

#### 教育方式关系到一个民族的创造力

美国华裔教授蔡美儿主张以“严厉”教育孩子，引爆全世界对东西方教育模式的大讨论。很快，上海出现了“猫爸”现身说法对自己女儿从小小民主管教，跳舞、学习不操心，孩子照样考进哈佛。

教育专家指出，我国目前的教育方式，至今没能破解著名的“钱学森之问”。孩子缺乏更多教育方式上的选择，不仅少了幸福感，也难以激发一个民族的活力和创造力，国家的发展和进步程度就会受到影响。

韩德云代表：“我虽然不太赞同‘虎妈’式教育，但它反映出家庭和家长在整个教育中仍然应该扮演重要角色。”

“猫爸”常智韬就曾坦言：不管虎妈妈还是猫妈妈，尊重孩子，和孩子共同成长，是家庭教育的核心。

所幸，人们开始理性反思目前的主流教育方式。教育部基础教育一司副司长王定华的一句“不要输在起跑线上”某种程度上是一种忽悠”就体现出这种理性反思。

#### “房产税”“限购令”效果待检验

中国房地产市场正在经历一轮频率密集、力度空前的调控。比起房价本身，调控方式和效果变得更加引人关注：“最严调控”究竟能否让房价回归理性？

李庆云委员：开征房产税，如果力度大，范围广，对抑制房地产市场的投资投机行为，改变需求结构和需求量，进而对房地产虚高价格进行调节肯定会产生作用。

贾康委员：房产税可以为地方政府开拓新税源，这对于解决土地财政有作用。但开征房产税的主要用意其实并不在降低房价。

王超斌委员：“限购令”下，实际需求其实并没有减少，只是被压制了。一旦限购取消，难保市场不会出现报复性的反弹。

重庆、上海房产税试点一月有余，限购政策在全国30多个城市也已陆续出台，主要城市的成交量回落，但房价仍未发生转折性的变化。政策效果如何，有待时间检验。 综合新华社电

**Haier**  
一个世界一个家

海尔冰箱 天下无霜

海尔无霜三门冰箱  
风冷第三代 潮流新一代

ECO LIFE SMARTER LIFE BETTER PLANET

活动时间：3月4日-15日  
活动地点：郑州市各大卖场海尔专柜

- **无需认筹 诚信销售**  
186升两门冰箱**1599元**  
216升三门冰箱**2199元**  
268升第三代风冷无霜冰箱**6199元**
- **购机欢乐送**  
**1重喜**  
购法式对开门冰箱，送时尚酒柜  
**2重喜**  
购买海尔任意一款冰箱，均有精美礼品相送  
**3重喜**  
体验无霜系列冰箱，精美礼品送不停
- **荣誉见证品质**  
**荣誉一：**  
2010年9月7日，全球第1亿台冰箱在意大利工厂下线，海尔冰箱累计销量突破1亿台。  
**荣誉二：**  
海尔冰箱被评为“冰箱行业最具影响力品牌”  
**荣誉三：**  
海尔摘获“节能明星大奖”