

下调社保费率要差异也要统一

张海英

3月16日上午,十二届全国人大四次会议闭幕后,国务院总理李克强在会见中外记者时表示,“五险一金”从总体看还是有适当调整空间的。可以给地方适当的权力根据各地实际适当下调缴存比例,总的原则是使企业减轻一些负担,职工多拿到手一些现金(3月16日新华网)。

我国社保费率偏高早已是一种共识。2014年底,马凯副总理就曾公开表示,“五险一金”已占到工资总额的40%至50%。为此,去年国务院下调了失业保险、工伤保险、生育保险费率,据测算,此举每年可为企业和职工减负670亿元左右。但人社部最新公布的数据显示,当前我国社会保险五险费率合计仍达39.25%。

总理此次表态释放出三层信息:其一,明确表示“五险一金”还有适当调整空间,意味着社保费率还要进一步下调;其二,要给予地方自主调整的权力,各地可以

“因地下调”,资金充裕的地方调整幅度可能更大;其三,要把下调企业社保费率转化为职工现金收入。显然,这对企业、地方政府、职工都是好消息。

过去,地方政府也有自主权,即每年根据上一年当地社会平均工资水平来上调社保缴费基数标准,换句话说,是给企业和职工“加负”。而从总理这次表态看,则给了地方政府下调社保缴存比例的权力,是给企业和职工“减负”,这不仅有利于企业转型、职工增收,同时还有利于经济稳增长、调结构。

笔者注意到,个别地方已经先行部署降低社会保险费率。比如,广东省发布的2016-2018年供给侧改革方案显示,从2016年下半年起,推进基本医疗保险城乡一体化,逐步将单位费率下调到5.5%左右。从2016年3月1日起,将失业保险单位费率从1.5%下调至0.8%……这种主动减负的安排值得肯定。

但是,很多地方并没有像广东一样主动降低社保费率,而只是按照去年国务院统一下调的失业

险、工伤保险、生育保险费率的比来落实,这大概是因为这些地方存在资金压力。比如数据显示,2013年全国有225个统筹地区的城镇职工医保基金出现收不抵支,现在数量会更多,地方“差钱”,自然就没有动力“减负”。也就是说,适当赋予地方调整自主权后,经济发达的地方可以早日给企业和职工更大幅度的“减负”,而经济欠发达的地方,即使有心恐怕也没有经济能力。因此,下调社保费率既需要差异化,也需要统一行动,差异化有利于因地制宜,而统一行动则有利于全面推进,避免落下某个“穷”地方。

目前,在“五险一金”中,真正能带来“减负”效果的是降低养老保险费率和住房公积金缴存比例。据悉,广东省住房公积金缴存上限将从20%降低至12%,缴存基数上限从月平均工资的5倍降低到3倍,降幅可谓不小,相信其他地方的住房公积金也有一定下调空间。

真正“难啃的骨头”是降低养老保险费率,该保险在社保负担中

占“大头”,只有降低养老保险费率,社保费率才能真正下降。然而,有数据显示,养老保险基金收不抵支的省份已经达到22个。在财政补贴压力越来越大的情况下,这些地方即使有心降低养老保险费率,但考虑到支出压力,也不敢贸然下调。

所以,下调社保费率很有必要“统一”。一方面,像去年那样,由国务院统一下调相关保险的费率,经济发达的地方在统一的基础上可以下调幅度更大。另一方面,降低养老保险费率要有统一安排,比如统一部署划转国资充实社保,统一安排养老金投资、加快推进养老金全国统筹等。而对于欠发达地方,中央财政则需进一步加大转移支付力度,让“减负”行动尽量做到全国同步。



警示图标不上烟盒 “不符合”什么

张贵峰

针对一些国家立法规定在烟盒上印制烂肺、烂口、骷髅等“重口味”警示图标,全国人大代表、烟草专卖局副局长段铁力表示,在烟盒上印警示图标不符合中国传统文化,且目前没有增加图标的打算(3月15日《法制晚报》)。

以“不符合中国传统文化”为由,反对在烟盒上印制“重口味”警示图标,不是新鲜说辞,也缺乏说服力,显得牵强附会——烟盒上的警示图标能与“中国传统文化”扯上什么关系?

众所周知,烟草产品本非我国原产,根本就不是我国传统文化中原有之物,而是迟至明清时期才传入我国的“舶来品”,那么通过警示图标来严控这种有害少数的“舶来品”,怎会“不符合中国传统文化”?更重要的是,对烟草产品及吸烟嗜好,我们实际上并不存在什么支持它的“文化传统”,反倒是不乏反对它的“文化传统”。比如,我们崇尚“戒奢尚俭”“俭以养德”的文化传统,就绝对不应该支持烟草这种奢侈性的消费品;而我们强调“修身养性”,“身体发肤,受之父母,不敢毁伤”的文化传统,更不可能支持像吸烟这种明显有害健康、属于“慢性自杀”的不良嗜好。

这种背景下,非要把烟盒上的警示图标与“中国传统文化”绑到一起,拿“中国传统文化”

为烟草辩护,让人不禁想追问:这种做法究竟是在弘扬还是羞辱“中国文化传统”?诚如此前有控烟专家指出,“如果说健康警示语上烟包有悖于我国民族文化和传统习俗,那我们的文化与香港、台湾的文化有什么不同?”

既然在烟盒上印制警示图标,并非“不符合中国传统文化”,那么它究竟“不符合”什么呢?笔者认为,答案其实很简单,无非是不符合与烟草消费相关的巨额利益。数据显示,尽管2015年我国烟草销量同比下降2.36%,但烟草行业上缴财政却同比增长20.2%,相比较同期全国一般公共预算收入增长5.8%,意味着2015年烟草行业对于财政贡献的增长,远超过整个财政收入的增长。

囿于巨额烟草税收,基于自身利益,烟草部门无意识采取“在烟盒上标识警示图标”这样更严厉有效的控烟措施,并非完全不可理解。但问题是,目前我国烟草管理部门不仅是烟草的生产经营者,也是肩负控烟使命、代表社会利益的公共管理者,岂能只维护部门利益,而不顾公共利益,乃至“宁要漂亮的烟盒,不要公民的健康”?要知道,从维护社会长远和根本利益的角度看,较之于烟草带来的潜在健康危害,眼前一时的烟草税收利益看似巨大,其实是得不偿失的。这正如此前原卫生部部长陈竺指出的,“烟草造成的经济损失已经超过了税收所谓的贡献,在经济上是得不偿失的。更何况吸烟造成了对患者、家庭、社会的巨大伤害,这是无法用金钱衡量的。”

管理不该比电动车跑得慢

今日推荐

“电动自行车大量违法已成为城市交通秩序混乱和拥堵的主要症结之一。”全国人大代表、浙江省公安厅厅长徐加爱日前表示。他认为,深层次的原因是:国家标准不完善导致电动车生产无序发展,法律法规不健全致使缺乏必要管理手段。

小小的电动自行车,是大大的民生话题。对一个电动自行车大国来说,其民生分量不仅是过亿辆保有量。俗话说,“人以群分”,购买、使用电动自行车的群体,或从事快递、送货等服务,或用来上下班、接送孩子、上街买菜等。对于这一群体的大多数人来说,电动自行车就是他们赖以生活乃至生存的工具。因此,管理者一声“咳嗽”,他们往往就可能“感冒”。前不久,郑州街头出现“拉板车送快递”一幕,就疑与当地警方打击违法电动自行车有关。有交警称,用板车送快递是作秀。就算这是作秀,可你们想过没,如果电动自行车不能上路,快递员们又用什么送快递呢?

随着城镇化进程的加快,人们的生活圈子日益扩大,对电动自行车的需求越来越大;随着越来越多的城市对汽车、摩托车采取限购、限行措施,给电动自行车补位也留下了巨大空间;随着城市交通拥堵和大气污染日益严重,低碳、环保、便捷的电动自行车,越来越受到市民青睐……存在就是合理,电动自行车大行其道实属必然。

与电动自行车的产能、销量、普及水平相比,管理的步子就远远比不上电动自行车的发展增长速度,要么采取“鸵鸟政策”——1999年出台的国家标准一直沿用到现在,眼睁睁看着“约有90%的电动自行车不符合国家标准”;要么采取“孩子与脏水一块倒掉”的策略,整治行动一来,交警集中上路,见车就拦。

其实,管理越是“装睡”,行业问题就越多。电动自行车从生产、销售到使用,整个产业链处于野蛮生长状态,岂是一个“乱”字概括得了。在新标准不出台,生产、销售没有有效管理的情况下,老百姓花钱购买了电动自行车,却告知他们不能上路,谁咽得下这口气?管理手段越粗暴,公众反弹越大,配合度越低。

今年的政府工作报告提出,把万家欢乐放在心上,建设人民满意的法治政府、创新政府、廉洁政府和服务型政府。什么是“万家欢乐”,怎样才算“放在心上”,值得电动自行车的相关管理部门好好玩味。

来源:3月16日《京华时报》
作者:连海平

画里话外

据3月14日《中国青年报》报道:重庆一家4S店“悦通公司”,将一辆出过车祸的别克轿车伪装成新车卖给消费者张某,被告上法庭。法院以消费欺诈判决商家“退一赔三”,退还消费者购车款18.5万元,并赔偿55.5万元。

不怕奸商多伎俩,就怕执法没力量。敢设陷阱坑顾客,高价退赔你尝尝。警示商家与厂家,教训牢牢记心上。坑蒙拐骗一时利,诚信不欺财路广。

晓华 文 何影 绘



老牌“大白兔”变脸 创新才是王道

陈科峰

“大白兔奶糖新包装设计价格涨9倍,一斤265元你会买吗?”“大白兔奶糖+法国设计”……作为上海人津津乐道的老字号糖果品牌,大白兔奶糖携手法国某时尚品牌推出限量珍藏版——蓝色、粉色两款兔形铁盒装的奶糖,售价是普通包装大白兔奶糖的10倍。尽管如此,依然有“有钱、任性”的消费者愿意买单(3月16日《新闻晨报》)。

不仅上海,对全国人民来说,大白兔奶糖都是熟知的“老字号”。如今它重新包装一番,身价倍增。从市场反应来看,“大白兔”华丽转身是成功的。

在物质生活普遍富裕的当下,很多人买糖的主要目的其实不在“吃”,更多是当作礼物来馈赠。市场对产品的定位发生了变化了,“供给侧”当然应该与时俱进,厂商把奶糖当作一种礼品而不是食品来生产,不仅口味、质量要过得去,更要在色泽、图案、款式、包装上做文章。大白兔奶糖的厂商和设计师显然意识到了这点,凭借敏锐的眼光和嗅觉,把住了消费者的“脉搏”,为老产品找到了新“卖点”,这是经营思维的转变。

一换“马甲”就身价暴增,大白兔奶糖此举直观地佐证了创新的巨大能量。有了设计、营销,奶糖就不再只是奶糖,附加值就会大大提高。十几元一大包的简装

奶糖在超市货架上并不鲜见,热销量平平,也反证一些产品“价廉”的弊端。

放眼市场,大白兔奶糖这样的老品牌并不少,遗憾的是,很多经营者只会墨守成规、亦步亦趋地按传统模式经营,没能在“创新”上下功夫,努力增加老品牌的附加值,只能“端着金碗要饭吃”。大白兔奶糖剑走偏锋的蜕变之旅,或让很多经营者醍醐灌顶,豁然开朗。当然,创新不等于蛮干冒进、投机取巧。事实上,大白兔奶糖“变脸”是经过了长时间酝酿准备,并由多方精心策划而厚积薄发的。这提醒我们,传统产业在创新突破的过程中,既要“胆大”,该出手时就出手,更要“心细”,审时度势、量力而为,把握好“火候”。

用惩罚性赔偿制度倒逼转型升级



新华社记者 甘泉 郑昕

今年的政府工作报告提出,“加快质量安全标准与国际标准接轨,建立商品质量惩罚性赔偿制度。”这意味着,适用商品范围更广、更加严厉的惩罚性赔偿制度将大大增加各类市场主体的违法成本。这既是维护消费者权益的需要,也是市场经济转型升级的必然选择。

今年国际消费者权益日到来前,国家工商总局公布的数据显示,2015年全国工商行政管理机关受理消费者投诉129万余件,同比增长超过11%。侵害消费者权益的行为不降反增,一个

重要原因在于企业违法成本低、消费者维权难度大。加大惩罚性赔偿力度,让侵权和欺诈者付出沉重代价,是社会公众的强烈呼声。

对消费者而言,法律法规是维护其正当权益最有力的武器。我国现行消费者权益保护法和食品安全法中,对存在“欺诈行为”的或“生产不合格的食品”等有两倍至十倍不等的赔偿规定。然而,这种惩罚在实践中失之于宽、失之于软。因此,权益受到侵害后,真正愿意站出来主张自己权利的消费者是少数,更多的是“沉默的大多数”。

“惩罚性赔偿制度”体现的是国家对侵权损害赔偿的司法干预,通过让侵权者付出沉重代价,实现一种实质正义。国外一些巨额侵权赔偿案多属这类类型。例如,此前大众汽车集团在其所产柴油乘用车内安装作弊软件,故

意规避美国汽车尾气排放法规,有可能面临美国相关部门最高达180亿美元的罚款。

“法律以惩罚令人有所畏惧”。惩罚性赔偿制度的目的就在于让为恶、欺诈的企业感到实实在在的痛。只有当违法成本远远高于违法收益,违法预防才能在实践中真正落地,并倒逼企业把心思放到提高产品质量和产品创新上,为中国制造的转型升级作出贡献。

法规和制度的生命在于实施。人们期待,商品惩罚性赔偿制度真正得到实施,对肆无忌惮侵害消费者权益的行为迎头痛击。此外,还应进一步完善消费者维权的法治环境,例如在消费侵权案中更多地适用举证责任倒置原则,增强消费者运用法律维权的能力。多措并举,激发群众能消费、敢消费、愿消费的良好市场环境,让消费这驾马车跑得更快。

(新华社北京3月14日电)

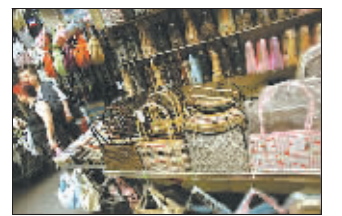
热点 @微评

本期主持:朱晨凯

据3月16日《法制晚报》报道:江苏泰州设立“蜗牛奖”,“奖励”那些推进重点项目不得力、履行行政职能不到位的责任人,以此倒逼各项工作高质量高效率、快推进快到位。

点评:极具讽刺意味的“蜗牛奖”,督促和提醒作用显而易见,但未必能让一些“蜗牛官”快起来。建立“不为就无位”的惩戒和淘汰机制,才是治疗官员庸懒散的良方。

@baobaobo: 顶!不能说不治本、只治标就没有意义。
@tommy哥哥: 不顾现实地推进,也不妥啊。

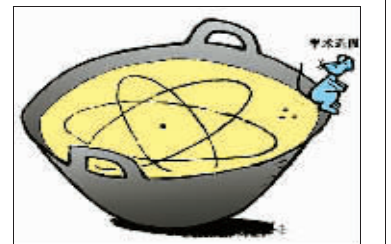


据3月16日澎湃新闻报道:上海市第三中级人民法院判决了一起系列销售假冒注册商标商品案,涉案当事人的英文水平很高,通过定点购物等形式,将假冒名牌商品推销给国外游客。因为这些游客不知道“山寨商品”,认为只要在商场买的东西就是真的。

点评:一些“山寨”产品鱼目混珠,监管部门不能因其“假而不劣”就睁一只眼闭一只眼。要知道,国外游客买走的不仅是“山寨商品”,更有被抹黑了的“中国形象”。

@石叶叶: 旅游是老外了解中国的重要窗口,买的是几个假名牌包,打击的是中国制造。
@momo小公仔: 国外也有不少山寨商品,识别真假并不难,就怕有贪便宜的心。

据3月16日新华网报道:德国施普林格出版集团18日宣布,决定撤回旗下10本学术周刊上发表的64篇科研论文,涉事论文的作者绝大多数来自中国。



点评:又是“丢脸丢到了外国去了”。遏制学术造假,除了加强道德和学风建设,更应架设“高压线”,用法律严惩“文抄公”,并将劣迹公之于众,让其名誉扫地,得不偿失。

@天美意 tmy: 学术造假早就不是新闻了,为何屡屡曝光却屡禁不止?
@下车再投币: 国内的学术期刊也是这种情况,打招呼,开后门的,不要太多哦。



据3月15日《北京晚报》报道:陕西勉县一男子去医院看病,急诊科医生先让心电图室做检查。心电图室医生迟迟不见,18分钟后,病人跌倒在地,结果因“室颤”不幸身亡。

点评:什么是“急惊风撞上慢郎中”,这就是。救人如救火,病人都到医院了,命还是丢了。不管什么理由,医院都该好好检查反思一番。

@拉布拉多的主人先生: 病房也有突发情况,下班时间,县级医院病房和急诊共用一个心电图室。
@布茨克斯教授: 急诊“不急”,继续破题!
@法布雷加 fab: 就怕某些医生习惯了慢节奏,如果患者是医生的亲戚朋友,还会有这样的事情吗?