

礼法结合,促“文明出行”

易其洋

前天,2016年宁波市“文明出行”系列活动启动,围绕“礼让斑马线”和“文明过马路”两大重点,市文明办、市公安局、市城管局、市交通委等十家单位将开展“文明出行”系列活动,倡导“人人讲文明、方便人人”理念,引导市民形成“文明出行”习惯(见昨日本报3版报道)。

文明是一种习惯。要养成“文明出行”习惯,办法无非两个。一是晓之以“礼”,让每个人知道,遵守交通规则,是一种文明礼仪,一种公共规则,应该自觉自愿遵循。二是责之以“法”,城市道路是一种公共产品,无论是人还是车,在城市道路上通行的权利并非“天生就有”,必须遵守相关法律,负起相应责任,做到“权责对等”才行;只享受权利甚至想着享受“特权”,而不遵守法纪,就要受到处罚。

我们的城市交通管理,不缺乏法律法规,缺的是大家对法律法规的尊崇敬畏、有效执行。而累积和培

育市民的尊法守法意识,是一个长期过程,稍有停歇,就可能前功尽弃。晓之以“礼”,应该持之以恒,久久为功。媒体应创新报道形式,加大宣传力度,传播常识,揭露问题,表扬守法者,批评违法者,让这样的理念入脑入心;城市交通是一个综合体,所有参与者相互影响。一些人不遵守交通规则,别人就会成“受害者”。文明出行,人让人、车让人、车让车,就能让出秩序与和谐,人人都会受益。

法治、规则和秩序需要以行动捍卫,严格执法、依法严管是关键。有法不依、违法不究、执法不严,直接影响着城市的法治环境和氛围。好多人,不是不知道交通规则,但就是不愿自觉遵守。加上违法成本太低甚至为零,教育者再苦口婆心,也往往无济于事。一些人行“中国式过马路”,理由是“别人也这么做,有本事你都罚”;一些电动车“开得像飞机”,理由是“一天要送那么多包裹,不快能行吗”;一些人随意占位停车,理由是“没有停车位,又不能背回家挂

墙上,不停这里停哪里”……对此,应该加大力度、物力投入和执法力度,对违法行为“零容忍”,像查禁酒驾那样“一个都不放过,一天也不松懈”,严出声威,造成震慑,形成风气。像从6月15日起,交警部门将开展常态化整治,对车辆不按规定礼让的违法行为依法处罚,统一罚款100元和记3分。这样,既有教育劝导,又有严格执法,相信越来越多的人会知悉交通规则,树立守法意识,养成法治思维,自觉约束自己。

现代城市,每个人是交通参与者,文明出行,必须形成全市合力。十家单位开展“文明出行”系列活动,不光要管好自己人,还要各尽所能、各展所长,靠“叠加管理”,形成联动效应和集聚效应。市直机关工委将“机关干部文明出行纳入考核”,有人不太理解:怎么啥事都先拿机关干部“开刀”?这不难回答。在市民眼里,机关干部多是以管理者身份出现,一举一动代表着公权力,要别人做到的,自己首先应该做到。“公字号”不

遵守交通法规,影响个人形象,败坏政府形象,损害法治权威。机关干部堪称社会精英,人数不少,理应成为城市文明进步的表率。

当下,考量一座城市的文明程度,交通文明、出行文明是一个重要指标。宁波已实现全国文明城市“四连冠”,文明水平处于全国前列。就交通文明建设而言,近年来,积极引导市民文明出行,大力整治交通违法行为,收到了可喜效果,特别是公交车斑马线前礼让行人,已经成了让外地人为宁波竖大拇指的“新风景”。但我们的目标,应该是率先进入全国交通最文明城市行列。让我们行动起来,共同改进和努力,早日让“文明出行”成为宁波一道亮丽的风景线。



规范保健品市场 就得执法必严

史洪举

据报道,每克售价高达千元的“极草”,日前被国家相关部门从保健品中“除名”。近年来,大量保健品依靠炒作概念、夸大宣传等占领市场,成本和研发费用只占很小比例。按照国家规定,保健品的科研经费应占其利润的3%至5%,但很多保健品企业在科研上的投入不及利润的1%。保健品行业利润有100%至200%,已成为行业内部公开的秘密(5月11日《新快报》)。

保健品市场的价格虚高、恶意炒作、虚假宣传等乱象已非一天两天的事。让人奇怪的是,有“史上最严”之称的新《广告法》和《食品安全法》实施后,这些现象并未得到有效遏制。笔者认为,这除了消费者维权意识不强外,还与监管部门不作为、慢作为有莫大关系。整治保健品市场由来已久的乱象,有了法律重典,执法部门应严格执法,绝不放纵。

如报道所述,多数保健品的研发投入太低,根本不具有相应的“保健”功能,而是靠虚假包装、恶意炒作占领市场,甚至靠“防癌抗癌”等神奇功能加上“洗脑”式宣传来忽悠消费者。更可恨的是,一些看似效果明显的保健食品,实际上非法添加了对人体有害的违禁成分,尤其以减

肥类保健食品为甚。事实上,对这些行为,相关法律法规均明确了惩戒措施。《食品安全法》规定,任何食品均应符合安全标准,不得使用来源不明的食材或不符合标准的添加剂。根据《广告法》,保健食品广告不得含有表示功效、安全性的断言或者保证;涉及疾病预防、治疗功能;声称或者暗示广告商品为保障健康所必需;与药品、其他保健食品进行比较等内容。违规者,不仅应受到《食品安全法》规定的15万元以下罚款的处罚,还可能受到《广告法》规定的100万元罚款的处罚,更可能受到刑法的惩戒。

除了行政责任和刑事责任外,商家还要对消费者承担退一赔三或退一赔十的民事赔偿责任。平心而论,保健品违规,法定成本并不低,如果执法部门能够严格执法,确保发现一起查处一起,并依法支持消费者正当索赔,这些黑心商家恐怕早就赔得血本无归,至少不敢明目张胆地吹嘘忽悠了。

杭州的方林富炒货店,因为在招牌和标签上使用了“杭州最优秀的炒货店”标语,被处以20万元罚款。如果执法部门能有这样的魄力,严肃查处那些没有道德血液的违规商家,保健品“神话”自然越来越少,花冤枉钱买毫无用处的“瓶瓶罐罐”“淀粉疙瘩”的消费者也会越来越少。

本期主持 朱晨凯

画里话外

据5月10日新华网报道:深圳宝安一工厂门前,短短200米的道路旁,安放了150个垃圾桶,每隔一个凳子便安放一个,好似“垃圾桶阵”。市民吐槽此举太浪费,而工厂负责人则解释,摆放这么多垃圾桶,是为了倡导市民养成不要乱扔垃圾的好习惯。



垃圾桶阵遭吐槽,如此做法有必要? 卫生理念要倡导,设施浪费很不好。

文明社会重环保,具体实施莫跑调。社会各界齐参与,久久为功求实效。

郑晓华 文 罗琪 绘

热点 @微评

据5月11日《华西都市报》报道:成都青森小区的庞先生在小区车棚顶上放了17个蜂箱养蜂。因蜜蜂伤人、晚上入室乱窜,小区居民无奈“斗蜂”:加纱窗、烟熏喷药,方法用尽却收效甚微。庞先生表示不会搬走蜜蜂,导致双方长期对峙。

点评:所谓远亲不如近邻。事情并不大,为何引发长期对峙?恐怕家门紧闭,邻里少有往来,疏于交流是原因之一。其实多一点换位思考,多一些体谅沟通,邻里间“友谊的小船”才会更加稳固,相处也能更和睦。

@ 律师周大拿:他人养蜂妨碍生活,居民可提起民事诉讼。

@ 甜蜜巴黎:养蜂可以,但不能忽略了邻居的感受以及给左右舍带来的困扰。



期待领导干部脱稿讲话成常态

魏文彪

“我到哪里工作都会买一辆自行车,到长沙也买了一辆。骑车上路,一会要骑上人行道;一会路断了要拉着车子过天桥;一会被交警拦住,还教训几句让我转弯做个手势,提醒后面机动车注意;出租车师傅还把我拦住,摇下车窗,说你摆什么谱啊?又把我骂两句。你说这自行车还能骑吗?这说明我们的公共服务还有很大的提升空间。”日前,湖南省省长杜家毫在省委城市工作会议上,不遮掩不回避,脱开讲稿,直陈城市工作中存在的问题(5月11日《新京报》)。

领导干部开会讲话,一般也会谈及工作中存在的问题,但用语大多“高大上”。相比之下,像杜家毫这样脱稿讲话,则显得更加接地气,也更能直观反映存在的问题。

领导干部能脱稿讲接地气的活,直陈问题的要害,前提是必须深入基层,认真倾听群众的意见

与建议,感同身受群众的疾苦,乃至让自己“混迹”于群众当中,体验群众的真实生活。就像杜家毫,正因其“混迹”于普通群众当中,骑自行车上街,才能如此真切地体会到城市工作中存在的问题。从这个角度来看,领导干部脱稿讲话,有利于树立深入基层调研之风,促进干部作风转变。

领导干部深入基层,亲身感受群众的疾苦,“原生态”地提出存在的问题,也更利于问题得到切实解决。去年12月举行的江苏省经济工作会议上,江苏省委書記罗志军曾脱稿讲话,“现在我们企业物流费用在16%以上,比美国整整高一倍,比东南亚国家则更高”。罗志军脱稿讲出的数据,无疑比任何冠冕堂皇的讲话,更能反映企业的负担之重,也就更加有利于问题的最终解决。

正因为,我们期待更多领导干部能够大兴深入基层调研之风,经由体验群众生活,形成自己的思想和观点,敢于脱稿讲话,并使之成为一种常态。

快递丢失 “不保价也照赔”的意义

苑广阔

成都的王女士通过快递公司邮寄了一部手机,结果丢失。快递公司表示,王女士没有对快件保价,最多只能赔偿100元,而王女士认为快递公司应全额赔偿,同时退还快递费用。双方闹上法庭。法院最终支持了王女士的诉讼请求(5月11日《成都商报》)。

随着网购的兴起,收寄快递已成很多人日常生活的一部分,客观上导致了快递丢失的多发频发。由于责任认定时无法达成一致意见,消费者和快递公司之间容易产生纠纷和矛盾。像王女士所述的情况,很多消费者可能只好自认倒霉,因为按照快递公司的说法,只有消费者对快件报了价,丢失以后,快递公司才会按照报价进行赔偿,否则就视为快件价值不超过100元,如果丢失最多只赔100元。而且,这些内容在运单背面有详细说明。法院最终支持了王女士的诉

讼请求,快递公司或许感到冤枉。因为在他们看来,运单背后有格式合同条款,消费者愿意委托自己邮寄物品,就表示认可了条款内容,快件丢失以后理应按“合同办事”。按合同办事是应有之义,但如果合同本身存在问题,当然难以得到法院的支持。因为根据《合同法》规定:“提供格式条款一方免除其责任、加重对方责任、排除对方主要权利的,该条款无效。”快递公司关于未保价快件丢失以后的赔偿规定,免除了快递公司的责任,却加重了对方的责任,属于“无效条款”。

这起官司,对快递公司是个警醒:除了加强内部管理,防止客户快件丢失,切实维护客户财产安全之外,在制订合同的时候,不能只顾及自身的利益而忽视客户的利益。否则,这种明显违背公平公正原则的合同,不但难以得到法律支持,也会助长内部人员不负责任甚至监守自盗的现象。它也提醒消费者,邮寄快递时,应妥善保留各种原始单据,以录音、视频等方式留存各种证据,便于以后维权所用。

据5月10日《京华时报》报道:国家旅游局下发通知,启动线上线下相结合的导游自由执业试点工作。未来导游可通过网络平台、线下相关机构向预约其服务的消费者提供单项讲解或向导服务,并通过第三方支付平台收取导游服务费。

点评:“强制购物”“导游威胁团员”等乱象产生的原因之一,是旅行社与导游之间松散无序的关系。引入市场竞争后,一些导游会失去“生存土壤”,一些导游能够脱颖而出。优胜劣汰的过程中,导游行业的服务质量会得到整体提升,最终受益的是消费者。

@justdoit:会从一定程度上减少“购物团”现象的出现。

@大麦茶:和滴滴打车一样预约导游?

据5月11日《重庆商报》报道:9岁女孩小雪制订了一份《二胎合同》,规定权利与责任,确保父母生二孩后自己权益不会受损。

营改增岂能成为涨价借口

今日推荐

全面实施营改增试点改革,是国家推出的助力供给侧结构性改革的重大战略举措。然而,5月1日营改增全面实施前后,社会上出现了一波涨价风,特别是以生活服务业为代表的部分商家,助推了涨价风潮,引发了社会各界对营改增的一些疑问,仿佛涨价是改革造成

的。这是对营改增改革的重大误解,需要予以澄清。

某商家一杯咖啡售价35元,再附加6%的“增值税”,实际向消费者收取37.1元,还说是营改增所致,显然这是对营改增政策和内在机理的一种曲解。实际上,售价35元的咖啡中,已经包含有税金了,再附加上2.1元所谓的

增值税金,等于是“税上加税”,背离了营改增的初衷,不符合增值税的计税原理。我国零售商品的价格属于“价内税”模式,其中已经内含了增值税金。因此,部分商家的“加价”,是一种变相的涨价行为,并不是商家标榜的“为国家代收税费”,只是为自身经营牟取不当利益,营改增无形背了“黑锅”。

营改增是一项为企业降税减负的重大减税举措,基本遵循是“确保所有行业税负只减不增”,最大程度释放“减税红利”。与目前的一些认识误区恰恰相反,营改增试点改革的最大赢家,惠及面最广、减税幅度最大的行业,正是生活服务业。

按照营改增试点方案的规定,生活服务业一般纳税人(年营业收入500万元以上)适用6%的税率,

小规模纳税人适用3%的税率;而原有的营业税制下,按收入全额的5%计征营业税。适用6%税率的增值税一般纳税人,按营业税额口径返测,相当于5.66%的营业税率,名义税率仅增加0.66个百分点。再考虑到外购项目所含税金的抵扣问题,一般而言,对于具有一定规模、构成增值税一般纳税人企业的,往往进货渠道比较规范、正规,取得外购项目可抵扣的专用发票的概率会比较高,实际税负水平肯定是下降的,这是毋庸置疑的。而对于小规模纳税人而言,由原来的一些全额计征5%的营业税到全额征收3%(按营业税法下含税价格还原后为增值率下的2.91%)的增值税,净减税幅度约在42%左右,是空前的“利好”。

目前市场上的一些涨价行为,如果价格在合理区间内波动,也属

正常现象,因为商品的价格是由市场上的供求关系决定的,商家理性定价的策略纯属企业自身的经营行为。然而,如果把涨价行为与全面减税的营改增试点改革联系起来,把涨价的理由归结到营改增头上,则是混淆视听。本来营改增是为企业减负,根本上是向消费者让利,个别“精明”的商家,打着营改增的幌子,耍一些小花招,其行径是借机变相涨价,从中牟取不当利益。特别是一些不法商家,借营改增之名,集体串通涨价,或刻意曲解营改增而价外加税,已经突破了相关法律法规的底线,属于价格欺诈,是一种干扰市场秩序和损害改革稳定大局的行为,应当为其不当的发展策略付出代价。(有删节)

来源:5月9日《人民日报》
作者:李万甫(国家税务总局税收科学研究所所长)

点评:“二胎合同”背后是孩子的忧虑,父母不能把这事当儿戏,而应把孩子当作平等个体对待,理性沟通,才能解开孩子的心结。孩子如此认真,父母不妨用事实来回应,让孩子感受到父母还是像过去一样爱他。

@陈宁琳:总有那么些“嘴贱”的亲戚说,“你爸妈再生个小弟弟小妹妹就不要你了”。

@带着POWER小冲锋:小姑娘也太有法律意识了吧!好事!

据5月11日《福州晚报》报道:福州一个酒店的消防通道有块由物业放置的告示牌,写着“此处严禁停放非机动车辆,违者放气”,警告并非吓唬人,市民林先生就用手机拍下了保安放电动车车胎气的一幕。

点评:将电动车停在消防通道的行为固然不对,但保安“以暴制暴”也不对。“放气”只能换来一时的“解气”,却可能加剧矛盾。谁还没遇到过停车难的时候,不如用一张“温馨提示”,有话好好说,说不定下次就没人停了。

@悠悠果西米:要保证通道畅通,根本还是培养市民的消防安全意识。

@杏仁:将轮胎放掉,车还在那里,安全隐患并没有排除。