

“慈善晚宴”扛起皖人慈善大旗

◆ 本报评论员

今时今日,慈善事业的兴衰已经成为衡量一个社会文明程度的重要维度。从震灾时期的全民善举,到东西方富豪愈来愈提倡的裸捐,我们不难发现,善其实就在每个人的心中。伴随着物质条件的改善,这种善表现在:更多的人开始思考怎样造福更多的弱势群体;或是在一定外部条件的催化下,人们基于地域、民族等关联而产生的广泛同情。这些是参与慈善的意愿的发端,是可贵的文明演进。

媒体本身承担了一定的社会责任,在收集来自官方和民间的善意,整合各界资源,组织慈善募捐活动上有着不容推辞的义务。同时,媒体作为舆论的传播和引导者,在推进慈善事业,协调官方

和民间力量方面有着独特的优势。这就是本报连续参与组织6届“爱心慈善晚宴”的初衷。

昨晚,第6届“迎新春希望工程爱心慈善晚宴”在合肥天鹅湖畔开席,近120家企业、20多位艺术家参加了这场盛宴,现场募捐623.8万元。因省委的参与主办,省领导的出席,更为这场爱心之旅增添了隆重的注脚。此前,“迎新春希望工程爱心慈善晚宴”活动已连续开展了5届,在我省乃至国内引起强烈反响,吸引省内外、国内外大批知名企业为我省贫困学子捐资助学,五年募集善款1821万,援建希望小学37所,资助贫困学子数千人。

这是一组令世人刮目相看的数据,如

果说这只是安徽慈善事业的冰山一角,那我们从这个小小的角度,却已感知到来自安徽政界、商界的全盘善意和诚意。我们自己的国情和社情,也许巴菲特和比尔·盖茨的裸捐并不适合现阶段的中国商人,但细水长流式的,积极创造就业机会式的,慈善晚宴式的捐助,依然给力,依然能够支撑起皖人慈善的大旗。

中国的慈善思想源远流长,先秦时期的诸子百家对此都曾有过精辟的论述。譬如:老子在《道德经》中说:“上善若水,水利万物而不争”。孔子和孟子也曾说道:“老者安之,朋友信之,少者怀之;老吾老以及人之老,幼吾幼以及人之幼;出入为友,守望相助,疾病相扶”。

应该说,我国的慈善事业起步较晚,尚须不断改进、完善。譬如,零散式、输血性的捐赠较多,而造血性的捐赠较欠缺。慈善机构的运行效率不够高,并且存在公信力危机。所以,中国的慈善事业要走向国际化,一定要提升专业化的程度,转向战略、专业、造血型的慈善。

企业社会责任研究所所长王丰斌说:“慈善是一种力量,是推进我们从熟人社会转向到公民社会的一种力量。”欲使慈善事业真正在中国勃兴,需要更多如“慈善晚宴”这样的能出效果出影响的慈善活动。但从根本而言,更需国家尽快对慈善立法,加快对相关配套法律的完善。如此,才能促进公民社会的进步。

经视 jingshi

实画实说 shihuashishuo

个税起征点应提高到多少才合适?

◆ 舒锋

是对10%的少数人减税,对90%的人没有影响。(《21世纪经济报道》1月5日)

尽管有关专家一再声称“个税改革单纯提高起征点结果会很坏”,但是,在笔者看来,如果不提高的话,是不是结果会更坏呢?如果说提高个税起征点是一种“坏”,那么,此前我们何以又多次提高了呢?

工薪阶层收入透明度高,个税征收容易,超过起征点的收入照章纳税一个也不会少,高收入群体收入透明度低,灰色收入、隐性收入征管难度较大。在这样的前提下,单一地认为“个税免征额的上调对于提高低收入者收入水平作用甚微”显然是难以让人信服。

就笔者的看法,“个税免征额的上调对于提高低收入者收入水平作用甚微”,延续了此前财政部个人所得税课题组测算得出的“提高扣费标准,高收入者受惠多、中等收入者得益少”的逻辑,没有考虑纳税人人口基数的变化。提高个税起征点,中等收入者单个人的个税减免可能少于高收入者,但中等收入者人数占优,受益面广,总体受益大于高收入群体。如此简单的推理,谁能不明白呢?

另外,纳税人的家庭状况千差万别,结婚与否、教育子女及赡养老人的数量、医疗费用等都可能对纳税人的消费支出有着影响。因此,当下统一的个税起征点实际上忽视了纳税人之间的个体差异,必然造成不同税收负担能力的纳税人承担相同的税负,不符合“量能课税”的要求,也无法体现“最低生活消费不得课税”的原则。



据消息人士透露,新的个税改革方案近日已经上报国务院,该方案可能不会改变2000元的起征点。专家称个税免征额的上调对于提高低收入者收入水平作用甚微。财政部财科所副所长称中国2000元以下收入者占90%,调整免征额只

锐评 ruiping

“智斗”央视主播的局长为什么这样红?

◆ 贾知若

“假冒伪劣”的巨大挑战。相对而言,郑宇民“红”得自然而然,单以他与董倩的精彩对白而言,绝对值得敬重。这位浙江工商局局长堪称坦诚,而坦诚也许就是红透网络的第一要素。举个例子,一直很红的“凤姐”新近在微博中有一段表白——“如果我死了,那一定是口水淹死的。但是如果我活着,就一定是口水捧起来的。我永远不会掩盖自己贫贱的出身……也不怕人家说我坏话,因为这显示了我非常平易近人,我也不会删掉曾经的傻话,因为这表示我活得很真实,没有虚假。”作为旁观者,无论你曾经对这个人有怎样的不屑,当看到这番话时,难免动容吧?

郑局长走红,第二要素显然是他的个人素质。反应机敏,不卑不亢,以“站着说话”为导火索,以高跟鞋、平底鞋喻作国企、民企。事实上,这很巧妙地将了央视女主持一军。谈及“巴比慈善宴”之际,他列举

在“网络红人”这个特定的领域里,“局长”似乎并不能带来多么美好的联想。比如“韩局”,他于去年给互联网留下一部情爱日记,坦荡程度远超卢梭的《忏悔录》,成千夫所指,得一世骂名……

所以说,浙江工商局局长郑宇民近日红透网络,算是在岁末年初,为“局长”这个头衔彻底正名了。据报道,《浙江工商局长‘斗智’央视女主播董倩》的一段视频,事实上拍摄于去年11月27日的第八届中国民营企业峰会上,近日被转发到微博上后,各方评论如潮。而它在某视频网站上的点击率,已然超过40余万次。

在我们所处的这个网络时代,关注度已经成为生产力的一个主力分支。基于此,“红”在某种意义上已经近乎大众梦想。但并不是所有的“红”都值得尊敬,翻阅报章,有关“网络水军”的报道并不鲜见。这意味着,“网络红人”也是可以纯手工订制的,它既有泛泡沫化的危险,又面临

谨防以反垄断名义搞垄断

◆ 赵志疆

国家发改委日前对外发布《反价格垄断规定》和《反价格垄断行政执法程序规定》,新法规对价格垄断协议、滥用市场支配地位和滥用行政权力等价格垄断行为的表现形式、法律责任作了具体规定。国家发改委价格监督检查司司长许昆林接受中央台记者专访时表示,水、电、气、成品油等政府定价的商品不在监管范围之内。(1月5日《新京报》)

一提起反垄断,公众首先想到的就是水、电、气、成品油等与日常生活息息相关的商品,然而,行政主管部门却率先将这些内容排除在外,如此巨大的认知反差,耐人寻味。

如果明确水、电、气、成品油等商品属于政府定价,那么按照《价格法》和《政府制定价格听证办法》的明确规定,公用事业价格、公益性服务价格、自然垄断经营的商品价格等政府指导价、政府定价,应建立听证制度。但我们已见到了太多“逢听必涨”的听证会,不仅公众对此心生厌倦,就连生产企业和政府物价部门也逐渐不耐烦——某些地方已宣布建立价格联动机制,取消价格听证会。

如果反垄断法利剑不能落在水、电、气、成品油等企业头上,反垄断的重点也许只能是境外垄断。

作为健康市场环境的大敌,无论被谁垄断都无法改变消费者“人为刀俎,我为鱼肉”的命运。政府定价不是为了维护垄断、提高价格,而是为了尽可能地在满足公众需求的基础上平抑价格。在水、电、气、成品油等公共产品领域,面对处于垄断地位的供应方,听证会是保障消费者利益的最后底线,如果这样的底线都无法坚守,急于撇清垄断行为究竟会给公众带来一种怎样的感受?

倘若反垄断规定旨在“攘外”而无意“安内”,打着反垄断的旗号维护垄断,也许将成为公众最不愿看到却又只能看到的结局。

马云、宗庆后等浙商的言行如信手拈来,要知道,要搜集到这些鲜为人知的资料,“功夫”显然在办公室之外。

如果还有第三要素,那一定就是大胆。不是盲目的,而是出于良知的大胆。基于个人清醒的判断,郑宇民谈及国企、民企,列举了如下事实——“全国4300万的企业,民营企业占多少?92%以上。全国有多少就业人口?7.79亿。国有企业安排就业人口多少?6300万,91.8%都是民营企业承担的。”这样的表述,有理有据有节,迥异于我们此前耳熟能详的“官方宣布”。

微博的流行,在于它能在140字的狭小空间里,真正契合稍纵即逝的现代节奏。而有关局长这段长达53分钟的视频,却又能借微博“红”极一时,似乎充满矛盾。

难道它是一个孤例?不,那是因为有一种稀缺品,叫睿智的真话。