



社保统一征缴有利于保障职工权益

●冯海宁(特约评论员)

近日印发的《深化党和国家机构改革方案》提出,为提高社会保险基金征缴效率,将基本养老保险费、基本医疗保险费、失业保险费等各项社会保险费交由税务部门统一征收。专家表示,此举能够有效避免欠缴、逃缴等行为。

此前,我国社保费征缴实行的是双重模式,有的省份是社保经办机构征收模式,有的省份是税务部门征收模式。征缴主体、征缴模式的不统一,既影响了征缴效率,又增加了征缴成本;既不方便单位和个人缴费,又给了部分企业欠缴、逃缴的机会。由税务部门统一征缴社保费后,这些弊端应该就可以避免了。

最近几年,相关社保白皮书连续披露,多数企业社保缴纳不合规,其主要原因是这些企业为了节约成本,欠缴、少缴员工社保,而企业员工虽然眼下多拿一些现金收入,但损害了员工的社保权益尤其是养老权益,因为养老金多缴多得、少缴少得。这类企业之所以得逞,原因之一就在于社保征缴体制不太合理。

过去,社保经办机构全面负责社保的登记、征缴、发放等工作,看似合理,实则存在漏洞,因为社保经办机构并不掌握职工实际工资数据,于是很多企业就按照低于实际工资的缴费基数来缴纳社保费。而税务部门由于征收个税,掌握职工的实际工资信息,那么统一征缴

社保就能防止企业有意降低社保缴费基数。

而税务部门统一征缴社保之后,显然理顺了社保体制机制,避免了部门协调和博弈问题,解决了信息不对称问题,还有利于保障职工社保权益,并为社保基金增加收入,可缓解部分地方社保的支付压力。所以说,社保征缴统一是一种合理模式。当然,这也意味着税务部门从此要承担更多的责任。

对于早就采取税务部门征缴社保的地方来说,应该已经适应了新的职责和任务。但对于刚刚或者即将征缴社保的地方税务部门来说,也面临着一定考验,比如硬件建设水平、人员执行能力等方面能

否跟上新变化,还需要观察。这就需要各地税务部门明确职责、加强软硬件建设,以适应这一新改革新变化。

过去,社保征缴之所以是双重模式,也是因为1999年出台的《社会保险费征缴暂行条例》规定了“双重征缴”体制模式,而现行的社会保险法中只是笼统地提到“社保费实行统一征缴,实施步骤和办法由国务院规定”。因此,除了机构改革外,还应该及时理顺法律法规,让法规与现实保持一致。

今后,税务部门统一负责社保征缴,社保经办机构负责社保发放、财政、审计等部门负责监督,如此一来,我国社保就会形成责任明

确、分工清晰的管理格局。其中,社保征缴是基础工作之一,需要税务部门利用自己掌握的工资信息、企业发票、税收稽查、税收保全等优势,提高社保征缴强制力。

至于税务部门统一征缴社保后,部分企业不能再欠缴、少缴,由此企业负担较重这个问题,应该通过企业减负来解决。据悉,自2015年以来,我国总体社保费率从41%降到37.25%,减少企业成本约3150亿元。很多企业已明显感到负担在减轻,希望为企业减负再接再厉。

下一步,还应该通过改革社保缴费基数标准等方面继续为企业减负,以便让我国社保费率和企业负担从全球视角看处于合理水平。

■不吐不快■

网络传播监管“激浊”更要“扬清”

●卞广春

据媒体报道,今年一季度全国“扫黄打非”共查处各类案件2600余起。其中,刑事案件300余起,全国“扫黄打非”办公室与公安部联合挂牌督办重点案件30起。今年以来,各地通过查办案件推动“净网2018”“护苗2018”专项行动深入开展。网络是“扫黄打非”工作的主战场,网络淫秽色情信息仍是当前打击的重点。同时,网下制售传播淫秽色情出版物、非法少儿出版物情况仍在部分地区易发多发。

笔者认为,净网护苗行动需要“激浊”,杜绝非法有害或不健康信息的传播,打击和惩治违法犯罪,也需要“扬清”,鼓励发布更多更加文明、健康的优质信息,降低边缘性内容的数量。

首先,相关方面应对自媒体平台发布的信息总量和违法违规等有问题信息的占有率等内容综合测评,并在定期测评基础上分级,实施有区别的监管措施。违法违规等有问题信息占比量大或者形成负面影响大的,可以暂停更新,限制自媒体平台的运营和下载时间,清理下架问题产品;关键问题出错,还要追究平台运营管理者责任,并通过经济处罚使自媒体平台片面追求流量经济的思维模式自觉转移到以质量求生存谋发展的时代需求模式上来。

其次,精准监管自媒体平台是引导自媒体用户发布更健康信息内容的手段。从管理责任角度看,自媒体平台有权将内容作为用户评级、审查的依据,有权重置、限制、封禁违规用户账号,增加审核词库关键词。自媒体平台应鼓励和督促用户提供更高质量、更高品位、更佳宣传效果的内容,有义务让引发内心共鸣、激荡深度思考的优质产品获得更多推广、曝光和回报的机会,更多考虑内容发布的质与量,形成更有个性、使人欲罢不能的品牌效应。

■世事杂论■

机票改签差额平摊旅客应当多点理解

●何勇

据媒体报道,中国民用航空局正在考虑未来因天气等非承运人原因导致航班取消、延误、提前、航程改变、舱位等级变更或不能提供原定座位时,旅客要求客票改期的,产生的票价差额由旅客和航空公司平摊。

笔者认为,从法律和商业公平角度说,由于雨雪天气等原因导致航班取消、延误,旅客改签产生票价差额实行平摊机制,由航空公司和旅客共同承担,这样的做法未必不公平,旅客应当多点理解。

雨雪等天气属于不可抗力,是航空公司、旅客都无法避免的,也是双方都不想看到的事情。不能说航空公司对大气租,就该由航空公司独自承担不是航空公司原因造成的损失,这显然有失公平。

在法律上,不可抗力因素享有免责条款。民法总则第一百八十条规定,“因不可抗力不能履行民事义务的,不承担民事责任。”合同法也规定,有因不可抗力致使不能实现合同目的情形的,当事人可以解除合同。当事人一方因不可抗力不能履行合同的,应当及时通知对方,以减轻可能给对方造成的损失,并应当在合理期限内提供证明。因不可抗力不能履行合同的,根据不可抗力的影响,部分或者全部免除责任。从这个角度看,因为天气等不可抗力因素导致航班取消,旅客改签产生票价差额,作为承运人的航空公司不需要承担赔偿损失。

不过,为了保障旅客的权益,航空公司和旅客平摊改签机票差价不该“一刀切”,应当配套例外条款。对于旅客改签同一家航空公司相同舱位其他航班产生的机票差价,应当采取“多退少不补”的办法,毕竟这对航空公司没有产生实质性损失;对于航空公司相互之间有协议,并不会产生真实的机票差额的,也应当采取“多退少不补”的办法。再者,即使明文规定航空公司和旅客平摊改签机票差价,民航主管部门也应当鼓励航空公司自己实行“多退少不补”的做法,而不是选择平摊改签机票差价的做法。

■时务观察■

“人工智能+X”为未来育专才

●江德斌

日前,教育部印发《高等学校人工智能创新行动计划》(简称计划),要求推进“新工科”建设,重视人工智能与计算机、控制、数学、统计学、物理学、生物学、心理学、社会学、法学等学科专业教育的交叉融合,形成“人工智能+X”复合专业培养新模式,到2020年建设100个“人工智能+X”复合特色专业、建立50家人工智能学院、研究院或交叉研究中心。

这是极具前瞻性的教育专业规划,说明教育部充分认识到了人工智能的重要性及其广泛的适用性前景,开始着手进行相关的教育专业布局,大力发展“人工智能+X”复合专业,从而培养出大量的人工智能复合型人才,以便为未来的人工智能时代奠定厚实的人才基础,赢取未来的激烈竞争。

随着科技的进步,人工智能领域近年来发展迅猛,相关技术取得了重大突破,世界各国都在加大人工智能的研发力度,投入大量的教育资源为未来培养人工智能人才。从人工智能的技术特点来看,其同计算机技术一样,具有划时代的历史意义。

人工智能是一个涉及多学科的复杂科技体系,需要一系列学科的基础理论支持,在进入应用的时候,亦因技术快速进步的领先优势对很多工种具有强大的替代性,并会带来法律、社会道德、监管等各种复杂问题。面对这些问题,单靠人工智能自身是无法解决的,必须连接其他学科形成“人工智能+X”复合专业交叉融合,从而激活人工智能和其他学科的发展潜力。

人工智能作为一项具有广泛应用价值的科技进步,正引发可产生链式反应的科学突破、催生一批颠覆性技术、引领新一轮科技革命和产业变革。这项注定会改变人类社会的科技,也需要汇集更多的资源和人才进行前瞻性的研发、布局,拓宽人工智能的创新边界,确保技术不会脱缰,令其能够引领时代的发展。

随着社会经济的快速发展,我国的科研投入也随之加大,政府对科技的重视程度不断提升,在部分领域实现突破,并达到了世界领先水平。如今,在人工智能领域,我国与欧美等科技发达国家处于同一起跑线,如果谋划得当,赶超的机会非常大,从而提升我国的整体科技水平。对于我国来讲,这是一场不可错过的历史机遇,一定要把握住,为未来培养人工智能复合人才,就是为未来的竞争奠定获胜的基石。

■热点冷评■

遏制“天价茶叶”应精准监管



CNSPHOTO 提供

●余明辉

2.9万元一公斤的“牛栏坑肉桂”茶,其实是茶商将1000元一公斤的普通肉桂茶“包装”而成;普通茶叶只要贴上“大师茶”“山场茶”的标签就身价倍增……媒体记者调查发现,近年来,福建武夷岩茶价格不断攀升,一些茶商制造各种噱头炒作,动辄卖出一公斤数万元乃至二十多万元的“天价”。

一个时期以来,关于“天价茶叶”的形成有两种说法,一是说这是游资恶意炒作的结果,二是说这是腐败送礼助推的结果。就目前的市场情况来看,茶叶“天价”是否合理合法需要具体情况具体分析。

一是单纯炒作概念等的结果。比如,起一个高大上名字、靠豪华有趣的外包装等进行大力宣传,然后以较高的价格出售,这种情况应该说是一种你情我愿的市场行为,没有什么明显不妥。对此,有关部门化解的办法应该是多向社会宣传普及正确的用茶知识,不要仅凭名称、外包装等概念盲目付款消费。

二是虚假宣传的结果。这包括虚假傍名牌、功效虚夸、产地虚报、傍名师等,这是一种明显的商业诚信缺失、价格欺诈、经营欺诈和违规巨额牟利行为。对此,有关价格、工商等市场监管部门需要及时出手依法进行打击和治理。

此外,还有一些“天价茶叶”使用的营销手段,违法与不违法上并不能一概而论,需要单独做具体分析。比如,依靠“讲故事”卖天价茶叶的情形,如果相关的“讲故事”是实事求是、有据可查、有资料记载的,消费者因此与之交易则是一种合法市场行为;如果所“讲故事”有虚假成分,甚至完全是杜撰,则涉嫌虚假诱导违法,应按相关法律甄别规制。

需要指出的是,长期以来市场上“天价茶叶”之所以一直存在,甚至愈演愈烈,经营乱象不断,很关键的一点就是一些监管部门对此存在一种以偏概全的认识,认为茶叶是一种价格完全市

场化的商品,不管其是否是天价,没有强买强卖,那就是正常的市场行为,监管部门不应干预。笔者认为,“天价茶叶”尤其是违规“天价茶叶”泛滥,其中一个原因是监管不到位。

违法“天价茶叶”经营行为之所以大行其道,还与目前市场上茶叶制作工艺的强制标准缺失、产地溯源尚不到位等有着深层次联系,这就需要有关职能部门在依法对一些经营者的违规市场行为进行精准打击的同时,也需要尽早对茶叶的生产出台相对明确的制度标准,并加快茶叶产地溯源制度的落地,铲除“天价茶叶”各种虚假违规经营的土壤和条件。

■理性思维■

整治非法“会议营销”必须打中“七寸”

●丁家发

一盒“免费”鸡蛋、一场“专家会诊”、一次“体检赠送”、一声“爸妈”……这些暖心的关爱,很可能是精心布置的消费陷阱。针对很多保健品公司借会议营销坑骗老年人的情况,全国多地采取了整治行动,广东、四川、重庆、湖北等省出重拳打击,取得了一定成效。但是,仍有一些人明目张胆顶风作案。

在现实生活中,常常有专门针对老年人的“会议营销”,让不少老年人稀里糊涂就上当受骗了。笔者认为,不能任由非法“会议营销”坑骗老年人,监管部门必须出重拳打“七寸”,采取更加有针对性的整治措施,严打顶风作案的不法人员,从而充分保障老年人的合法权益不受侵害。

这些专门针对老年人的“会议营销”,精心布置了消费陷阱,一般还会打着专家的幌子,以关爱老年人健康为名,开展健康讲座、免费赠送礼品,甚至组织免费旅游、免费体检等诱人的活动,以赢取老年人的信任。之后,便把普通食品吹嘘成保健食品,把一些医疗器械“包装”成了包治百病的神器,最后高价卖给已被他们“洗脑”的老年人,大赚不义之财。有老年人一次性被骗去几万元,甚至被骗数十万元的也大有人在。这类专门骗取老年人钱财的“会议营销”,带有极强的欺骗性,严重侵害了广大老年人的合法权益,必须严加整治和打击。

然而,骗子组织的“会议营

销”往往是“打一枪换一个地方”,当地监管部门发现或接到举报后准备取缔和处罚时骗子却转移了“战场”,到另一个地方继续进行骗去了,这种现象很容易让监管部门的执法落空。而一些老年人在发现上当受骗后,由于找不到“会议营销”的组织者,也常常维权无门,最后只能自认倒霉。因此,整治“会议营销”,保护老年人的合法权益不受侵害,必须要有得力的措施。比如,宁波市此前曾出台相关会议营销专项整治实施方案,明确提供场所的出租方也将承担连带责任,可谓“跑了和尚撞了庙”,就非常有效果。因为场所出租方为了避免受到连带处罚,就会主动对承租场地的会议营销活动组织方进行必要的审

查,不敢再将场地租给骗子开展非法“会议营销”骗钱了。此举能从源头上遏制“会议营销”的泛滥之势。

老年人的辨识能力在下降,很容易上当受骗。我国即将进入老龄化社会,保护好老年人的合法权益是必须要面对和重视的问题。笔者认为,骗子们行骗的花招在不断翻新变化,监管部门采取的整治和打击举措也要升级,应该根据骗子们行骗的新特点、新现象,及时调整针对性措施予以整治与打击,要让骗子们无立“足”之地;对涉嫌违法犯罪的骗子,坚决绳之以法绝不姑息。此外,通过政府有关部门大力宣传和教,让老年人提高辨识与防骗的能力。