

据《新京报》8月26日报道,全国捐赠数据监测显示,今年6月郭美美事件发生后,公众通过慈善组织进行的捐赠大幅降低。3-5月,慈善组织接收捐赠总额62.6亿元,而6-8月总额降为8.4亿元,降幅86.6%。分析人士认为,公众选择慈善组织来捐赠的概率降低,从某种程度上可以说是对慈善

组织的不信任。

公众对慈善的质疑从未间断。王石、陈光标、尚德等一个企业和企业家被推到公众的放大镜下。对权威的质疑,我们应该欢呼,还是应该发出悲悯?对于真相,对于信心的恢复,对于慈善美德的成长,中国人是否有冷静的智慧?

限时公开捐赠信息重拾慈善公信力

管理费比例可以调整到5%

对于一些规模大,且有一定财政扶持的公益慈善基金,应该下调管理费用。管理费用过高直接导致频繁发生“美美元”等事件。此外,监管不力等也是祸因。

国家《基金会管理条例》规定,基金会工作人员工资福利和行政办公支出不得超过当年总支出的10%。大多数国家级公益基金机构都没有按照10%进行收取,实际上在管理成本及开支方面收取3-7%是属于正常范围的。

福耀玻璃集团创始人曹德旺对西南五省10万户农民2亿元的捐赠,扶贫基金会仅收3%的管理费。这实际是对管理费现行规定行规10%收取的一次挑战,这表明,一些规模较大的公益基金会管理费用确有以下调的空间。

参照《基金会管理条例》所定的规定,很多基金在收取管理费时,是按10%这一最高标准来执行的。这个“一刀切”的标准是不合理的,不同的基金会规模不同,其行政成本也不同。

有些公益基金会规模很大,每年可募集10多亿元的资金,并且有政府的财政扶持,运营成本相对较低,对于这样的基金会,10%的管理费比例就偏高了,会有余利,这也是为什么很多企业选择较大慈善基金会进行挂靠与合作的原因,其背后还是有一定利益支撑的。

笔者认为,规模较大的公益基金会,其管理费比例可以调整到5%,这样更有利于调动捐款者的积极性。

当商业利益在面对公益时,公益就常会被一些商业模式所利用,公益项目会被包装成为一个赚钱机器。公益项目不能牟利。我们不排除公益组织和企业进行合作,这也是公益组织一种“造血”功能,但要判定合作公益项目是否能给公众带来利益,还只是单纯商业逐利行为?这是判定商业与公益如何更好结合的一个重要标准。

(作者系清华大学公共管理学院副教授)

据《京华时报》报道,8月23日,民政部公布《公益慈善捐助信息披露指引(征求意见稿)》,拟规定慈善组织及政府部门应在捐赠款物拨付后一个月内,向社会披露捐赠款物拨付和使用的详细信息。民政部相关负责人称,该指引是公益慈善领域第一个信息披露行业规则,今后还有望在《慈善法》中体现。

民政部数据显示,2006年社会捐赠总额首次超过100亿元,而2008年、2010年已两度突破1000亿元。截至2010年底,在民政部门登记注册的各类社会组织数量由2005年底的31万个增加到44万个,其中,基金会数量从975个增加到2168个。但中民慈善捐助信息中心发布的《2010年度中国慈善透明报告》显示,完全不披露和仅少量披露此类信息的慈善组织比例高达75%。

作为捐赠者,笔者最关心的问题莫过于我捐的钱物用哪去了。郭



美美的几条微博,引发了一场慈善风暴。“郭美美的事没弄清楚,没心情捐款”,这或许是许多人在郭美美事件之后的真实心态。在中红会推出的捐赠信息发布平台上,人们虽可“一窥”善款的来源和去向,但许多人非但没有“解渴”,反而更加迷惑:为何个人捐款去向公开要设定数额“门槛”?捐款10万以上才有权

查询相应的援建项目和善款使用情况,我捐9.9万或一毛钱就没权查询?慈善机构岂能如此“嫌贫爱富”?与此同时,网曝某公司捐赠的1700万的捐赠品被折价变卖,钱款去向不明。对此,我们不得不质问,慈善领域究竟还有多少令人不满的乱象和腐败?谁来为民众爱心负责?

《中国慈善事业发展指导纲要

无强制力的“指引”如何规范慈善披露

8月23日,民政部公布《公益慈善捐助信息披露指引(征求意见稿)》,拟规定慈善组织及政府部门应在捐赠款物拨付后一个月内,向社会披露捐赠款物拨付和使用的详细信息。民政部相关负责人称,该指引是公益慈善领域第一个信息披露行业规则,今后还有望在《慈善法》中体现。《(京华时报》8月24日)

较之《基金会管理条例》和《基金会信息公开办法》,“指引”针对性更强,在信息披露的内容、时间、方式等方面规定更加细致、具体、规范,这点应该肯定。但作为一个指导性文件,“指引”究竟能起到多大的规范慈善信息披露的作用,我表示怀疑。

何谓“指引”?拆分解读就是指示、引导的意思,如对路上的行人给予指引。用“指引”来冠名上述文件,

意思再显豁不过,恰如民政部相关官员所说,指引主要是引导性的,并非强制。也就是说,告诉慈善组织,今后信息披露的路该怎么走,至于你要往左走还是往右走,民政部不强制,也不会因为走错了方向处罚你。这样的话,“指引”所能起到的规范作用必然有限,也许还不及《基金会信息公开办法》。

我注意到,民政部2006年1月颁布的《基金会信息公开办法》规定共有16条,方方面面都作了规定,很详尽。譬如第五条就规定:登记管理机关审查通过后30日内,信息公开义务人按照统一的格式要求,在登记管理机关指定的媒体上公布年度工作报告的全文和摘要。但实际执行情况又如何呢?

据民政部下属机构中民慈善的一份抽样调查报告称,在经历了汶川地震、南方雪灾等多次捐赠并喷后,近年中国慈善组织的透明度并

未提高。报告显示,约有75%的慈善组织“完全不披露或仅少量披露信息”,42%的组织表示没有专门的信息披露办法,37%的组织没有专人负责信息披露工作。更深层的问题,则是披露的程度和方式不被高达90%的公众所接受。(2010年12月3日《21世纪经济报道》)

尤其不可思议的是,《办法》第九条虽然规定了,除年度工作报告外,信息公开义务人公布信息时,可以选择报刊、广播、电视或者互联网作为公布信息的媒体。但上述抽样调查显示:2010年成立的基金会中心网所收录的信息中,1900多家基金会中没有网站的1307家,占了2/3。而那些有网站的还有170家页面已经不再更新。(出处同上)可见,《办法》根本没起作用。

有鉴于此,民政部近两年又陆续下发了《民政部办公厅关于做好2008年慈善捐助信息公开的通知》、



《民政部关于进一步加强社会捐助信息公开工作的指导意见》,希望用行政指导文件从上而下推动自愿性披露,但由于行政指导文件位阶有限,对相关领域的表述显得概念化、宽泛化,良好愿望再次成为泡影。

而“指引”仍然沿袭老思路,希望从上至下推动慈善组织自愿公开,结果可想而知。别的不论,就以信息采集而论,既然有2/3的基金会没网站,民政部从哪里去搜集他们的信息,又如何去鉴定信息的真假和确保数据的准确。因此,不管你规定如何具体,但下面给你切断了信息来源,还何谈信息公开,何谈公开透明!

对房产证加名征税有待商榷

南京率先要求对进行婚前房产证加名的房产所有人征收契税。具体征收办法按房屋所有权添加人的实际占有比例,折合成合理市场价,按照赠予类别征收3%的契税。(8月24日《扬子晚报》)

南京市地税局透露,根据《中华人

民共和国契税暂行条例》第一条:“在中华人民共和国境内转移土地、房屋权属,承受的单位和个人为契税的纳税人,应当依照本条例的规定缴纳契税。”也就是说,夫妻在婚后想对婚前房产加名,就属于房屋权属发生转变。

但是值得商榷的是,赠予按道理是将一个物体的所有权整体让渡给他



用而已,并且婚后长期使用。而“认房又认贷”的住房限购政策中,这类“婚前房产”仍被视为家庭共有房产:只要一方有房或有房贷,另一方买房也被视作二套房。这样一来,那些在房产证上没落名字的一方将面临既没有房产、又不能买房的尴尬中。因此,能否将加名视作赠予还需要探讨。

作为一项涉及向大众征税的重大

事项,南京在具体操作上也令人费解。没有书面通知,没有执行细则,静悄悄地就实施了。一个民主法制的国家,牵扯向百姓征税这样的事情本该是异常慎重,一般都必须通过各种途径广纳民意、通过立法后才能正式实施。有些国家甚至要进行全民公决。我国的税费征收较为随意。

治理高利贷“堵”不如“疏”

据媒体报道,国务院副总理王岐山近日表示“当前要严打非法金融活动,重点是社会非法集资和市场金融传销,切实维护金融市场秩序,守住不发生系统性、区域性金融风险的底线。”很多网民认为,说这段话的背景是民间高利贷融资接近疯狂。

有网民认为,地下金融系统正在吞噬产业资本的利润。对于中国经济来说,高利贷肆虐不亚于一场金融危机的打击。也有网民认为,高利贷不是魔鬼,它的存在说明确实有市场需求,而且是对现有金融市场的有益补充,因此在治理上“堵”不如“疏”。

一帮胆大妄为者瞅准时机敢于下

手,他们借着服务中小企业融资的名义,打着大力发展民间融资的旗号,却干着高利贷的买卖——炒资金、搞传销、找下线,全民放贷。

据来自Wind资讯的数据,上半年上市公司含有“委托贷款”字样的公告较去年同期增加32.3%。截至7月底,在上市公司发布的对外委托贷款公告中,年利率最低为12%,最高则达到21.6%。毋庸置疑,当上市公司都纷纷不务正业地做起了“高利贷倒爷”,最直接的影响就是高利贷的多层级倒腾资金,将大大抬高社会融资成本。而承受畸高融资成本的都是贷款难、融资难的中小企业,它们将会被套上一个死结:贷不到款、融不到资是在等死,借到高利贷是在找死。

高利贷肆虐对于中国经济来说,不次于一场金融危机的打击。地下金融系统正在吞噬着产业资本的利润。不受金融监管的活动太盛,会创造各种各样的贷款和准货币,使得市场的流动性风险大为增加,甚至架空了整个货币政策和信贷政策。

“高利贷”不是经济学家或者金融学家的语言,也不是企业家的语言。“高利贷”是一种被毒化的用词。也许“高息放贷”是对“高利贷”用语的一种较好替代。“高息放贷”不是不会造成问题,但它首先作为一种金融服务,至少可以暂时延缓相关问题的爆发,或许还可以帮助当事人渡过难关。解决“高息放贷”问题或者“与之相关”的问题,不能依靠禁止“高息放贷”的方法,而要诉诸化解的

办法。古今中外,小贷公司一向是很活跃的行业。即使在资金非常充足的2007年和2009年,高利贷也十分兴旺。中国政府和大众一定会看到小贷公司作为一个行业对扶持微小企业和三农的巨大贡献。

高利贷不是魔鬼,要看到在现阶段是对金融市场的有益补充。现实是中小企业必须把手伸向高利贷。一是中小企业都是短贷长用,期限一年,到期必须转贷,为保证能续贷都会接触放高利贷者。二是业务短期急需,银行放贷手续繁琐,高利贷相对快捷。三是中小企业资金十分紧张时,没有高利贷无法运转。

高利贷畸高的利率固然带来风险,

但我们应该看到,造成今天这种境地的罪魁祸首并非民间金融本身,而是对金融的高度垄断和压制。由于民间金融长期被过度监管,一些行之有效的金融产品始终无法走到阳光下运行,这直接造成了金融服务的供给不足,利息自然就高了。另外,由于法律法规的限制,民间借贷的各种契约保障机制都无法建立起来,也就无法像正规融资渠道那样获得充分的市场信息,无法依据市场信息来判断借款人的风险。契约风险、法律风险高,放贷的利息自然就高。

中国的民间金融从来没有因为国追堵截而消失,相反,在野蛮生长中无序壮大。善用民间金融,首先要把民间金融纳入监管体系,监管机构必须负起监管之责,而后允许民间金融机构发

警惕

互联网泡沫重现

虽然眼下还是夏末秋初,但是中国互联网行业已是寒气袭人,让人有“冬天提前来临”之感。

曾经轰轰烈烈的团购大潮开始褪去,5000多家团购网站正经历一波生存危机,关门倒闭不在少数,就连几家最大的团购网站也节衣缩食,准备过冬。

电子商务网站日子也不好过。更让人惊异的是赴美上市的骤然反差。上半年扎堆排队,盛况空前,下半年寥寥无几,大跌不止。6月以来,继迅雷和盛大文学双双宣布推迟上市后,已有20多家中国互联网企业推迟或者取消近期赴美上市的计划。土豆网虽然在8月18日上市,但前两个交易日发行价便跌去三成。投资者对中国概念股的热情不再,未来上市道路将越来越难。

此情此景,让人想起了10年前第一次互联网泡沫。当时,中国互联网从高峰跌落,无数家贴着“.com”标签的中国互联网企业在对梦想的憧憬中倒下,再也没有站起来。

十年过去了,现在的互联网产业状况与当年相比,已经在产业规模、社会环境、消费习惯、应用条件等方面有了很大的提升。尽管这次中国互联网行业震荡是多种因素造成的,但也确实有些现象值得反思。

现象之一:复制模仿,缺乏创新。在中国互联网行业,对国外的模仿和复制比比皆是,案例层出不穷。你要做“中国的Twitter”,他要做“中国的Facebook”,我要做“中国的Groupon”……这样的话语常能听到。从商业模式到网页形式,从内容编排到程序设计,没有什么不能拷贝,没有什么不能抄袭。很多人把创新的希望寄托在遥远的硅谷,然后加以复制并进行本土化的运营改良。长此以往,中国互联网将越来越缺乏创新的种子。

现象之二:一味图快,盲目扩张。许多互联网企业把快速发展作为第一目标,为了扩大规模不择手段,为了增加用户不惜代价,为了获得订单不怕砸钱。其实,“快”只是一种技巧操作,“钱”堆不出好公司。犹如养鸡,三个月长成的肉鸡肯定不会好吃。团购网站一窝蜂式的大起大落告诉我们,时间永远跑不过光速,企业永远超越不了成长规律。

现象之三:搞拼凑,做包装,为了上市而上市。企业把上市作为短期目标无可厚非,但把上市作为终极目标,不惜玩技巧,耍手段,最终是要出问题的。中国概念股在美国股市的遭遇,就证明了这一点。其实,无论国内还是国外,上市都只是一个手段。

反思是为了更好地发展。曾经经历过第一次互联网泡沫的我们,应该更加理性、更加谨慎地审视互联网热潮,警惕泡沫的重现。

期望有一天,让我们骄傲的不只是全球最大的网民数量,还应包括与网民数量相匹配的互联网创新土壤,和世界级的互联网企业。



展,放开利率上下限区间,使小型金融机构获得合理的利润。

市场机制中的源头之一就是银行的金融资源分配问题。金融资源是实体经济的基本动力,其配置严重失衡必然导致实体经济增长乏力甚至崩溃,对此,监管当局不可不察。