

大尺度的“税收优惠”该清场了

■ 邓海建 媒体人

12月9日,中国政府网刊发了《国务院关于清理规范税收等优惠政策的通知》,要求全面清理已有的各类税收等优惠政策。统一税收政策制定权限,坚持税收法定原则,除依据专门税收法律法规和《中华人民共和国民族区域自治法》规定的税收管理权限外,各地区一律不得自行制定税收优惠政策。(12月10日《每日经济新闻》)

从经济学来看,财税对市场的调节可以说是最高效直接、也是最野蛮的方式。尤其是在招商引资的狂飙之年,哪家没几项大尺度的税收优惠政策,好像都不好意思去台上推销自己。这些年,一些地方无底线、无下限的

税收“土政策”,几乎到了撕破脸恶性竞争的地步:为了示好于资本要素,全然不顾财政支出的风险。此前,昆山招商标语雷倒舆论——“老板怎么安心怎么办”、“老板怎么开心怎么办”。雷人标语的背后,更值得反思的,是地方部门在“比较优势”中削减脑浆朝税收政策“开口子”的惯性。

还是数字胜于雄辩。据统计,2010年和2011年全国因减免税减少财政收入1.63万亿元和1.51万亿元,两年间财政收入减少超3万亿,区域性税收优惠是重要原因。财政部部长楼继伟此前更直言,中国现行税收优惠政策尤其是区域优惠政策过多,已出台实施的区域税收优惠政策约50项,几乎囊括了全国所有省市区,有些地方政府或财税部门执

法不严或出台“土政策”,甚至通过税收返还等方式变相减免税收,制造政策“洼地”,形成投资吸引力。

为什么“税收优惠”成了人人爱的看家武器?答案无非有三:一是在改革开放初期,税收优惠确实创造过发展奇迹。从经济特区、经济技术开发区、到保税区、出口加工区,一系列多样化的特殊功能区,在分享税收红利的同时,确实以外向型经济推动了地方极速发展。尝到过甜头,难免容易“上瘾”。二是税收优惠在营商环境中,属于最可以“偷懒”的部分。譬如公共服务水平、交通设施、人员素质等,提升起来谈何容易,但税收便利是分分钟可以搞掂的事情。发展越是懒政,越是倚重政策倾斜。三是税收优惠成了撒娇哭穷后的“糖

果”。这些年,但凡发展不好的、需要扶持的、体现关照的,好像都要条件反射似地在税收优惠上分一杯羹。结果,优惠政策就成了唐僧肉,越混乱越无序,恶化竞争环境。

客观的说,税收优惠也不是洪水猛兽,尤其是在特殊年代,这一政策有助于快速吸引投资,带动地方工业发展。不过,随着市场机制越发成熟,特殊的财税、土地优惠措施,反而扭曲了市场机制和企业行为,长远而言,也折损公共利益。譬如,出口低报和进口高报,可以使已过减免税期限的外商投资企业处于亏损或微利状态。外资企业借此规避境外税收,地方政府可以将外商投资稳定在本地,却损害了国家的税基。因此,今年6月1日,国税总局已正式实施2014年

减免税统计调查实施方案。财政部针对开发区财税政策执行情况及税收征管质量的专项检查在近两年也时有进行,其中,2013年的检查范围覆盖12个省份,62个国家级、省级开发区。一个共识渐次清晰:大尺度的“税收优惠”该清场了。

10月29日,世界银行发布了《2015年营商环境报告》。报告指出,经济下行压力加大,营商环境更成为经济体兴衰成败的重要因素。大到一个国家,小到一座城市,税收便利固然重要,新常态下,更重要的,还有便利的服务、安全的环境、稳定的政策、公平的法治等环节。地方税收优惠政策清场之后,职能部门也许该坐下来想想,还能做些什么。

用新常态思维来指导中国经济的历史转型

■ 廖保平 知名评论家

由中共中央总书记习近平主持的中央政治局12月5日召开会议,分析研究2015年经济工作。

新华社对此次会议的报道一如惯例,十分简省字。但是,在新华社随后的解读中,明确点出,这次会议释放明年经济发展8大信号。8大信号的第一信号是新常态,也是这次会议的第一大主题词,具有统领之意,其余信号可视为新常态下的延展和支撑,牢牢抓住新常态,就抓住了经济发展信号的牛鼻子。

新常态之“新”,意味着不同以往;新常态之“常”,意味着相对稳定,持续时间较长。以新常态来概括当前中国经济的特征,也是这次会议的第一大主题词,具有统领之意,其余信号可视为新常态下的延展和支撑,牢牢抓住新常态,就抓住了经济发展信号的牛鼻子。

这个阶段的变化规律是,中国经济由高速到中高速的必然过渡。在过去的发展阶段,中国通过改革开放,积极拥抱经济全球化,加入WTO、资金、技术、人才的纷至沓来,凭借劳动力、低工资优势,大陆承接世界

产业转移,中国成为世界工厂,释放出巨大的潜能,致使一个大国,能连续多年年增长保持在10%以上,成为全球最能赢利的国家。

经过多年的发展之后,原先的劳动力优势、低工资优势等不断丧失,要素驱动、投资驱动不断乏力,不可能再保持高速,只能换挡进入中高速,是为新常态。习近平在APEC工商领导人峰会上的演讲中,曾总结了新常态的几个主要特点:速度——“从高速增长转为中高速增长”,结构——“经济结构不断优化升级”,动力——“从要素驱动、投资驱动转向创新驱动”。

这就是说,当前以及今后相当长一段时间,中国经济恐怕不可能再追求原先的高增长,而是要把转方式 and 调结构放到更加重要位置,切换增长动力,不能再靠以往大规模投资传统产业和房地产业及外部需求,这种方式难以继续,不利于经济健康增长,而是要依靠创新驱动,逐步增强战略性新兴产业和服务业的支撑作用,着力推动传统产业向中高端迈进,促进大众创业、大众创新,积极发现培育新增长点。

认识到中国经济旧常态已经走到尽头,进入新常态,并作为重要的战略部署,既

有发展的眼光,也有忧患意识。那就是,拉美一些国家在告别旧常态,走进新常态时,由于经济转型不顺利,新的增长动力不足,出现经济停滞徘徊,掉进中等收入陷阱,长期爬不起来。中国要避免走入这样的歧途,必须有新常态意识,必须走新常态之路,用新常态思维来指导中国经济的历史转型。

牵一发而动全身,新常态正在对宏观政策的选择、行业企业的转型升级产生方向性、决定性的重大影响。而尤为重要的是对政府提出更高要求,由于经济运行放缓,使不少过去被高速增长掩盖的问题和挑战浮出水面,这些都需要通过改革,排除体制机制障碍来解决。

我们欣喜地看到,这次中央政治局会议强调:要坚定不移推进经济体制改革,推出既有年度特点又有利于长远制度安排的改革举措,提高经济体制改革方案质量。这体现了中央强力推进改革的决心,有专家认为,一些难度大、阻力大的改革有望在明年强力推进。由此可见,进入新常态不单是经济要求,更是全方位的要求,特别是改革攻坚的要求,相信中央已经做好了啃硬骨头的准备。

■ 晴川 机关职员

临近年关,一些包工头为躲讨薪农民工,玩起了消失。济源市轵城镇栾花沟村干承包建筑工程赔了钱的卫小军,为给与自己一起打拼的农民工兄弟发工资,12月2日,忍痛把自己居住了20年的房子卖了21万元,如数给农民工兄弟发了工资,闻知此事的济源市民被卫小军以诚信为本的人格魅力所感动。(新闻来源:12月8日《大河报》)

拖欠农民工工资,原因在于工程项目部,但项目部摆出一副波皮无赖的架势就是不给,处于弱势地位的农民工便没辙了,只能甘拜下风。然而,以诚信立本的包工头总得给跟着自己讨生活的弟兄一个交代,便只能卖房筹款,如此重情重义,我们除了感叹唏嘘,内心难道就没有一丝愤慨?

对于拖欠农民工工资劣行,从国家到地方向来重视。国家近年来更是连续出台多个通知、文件,督促各地采取措施,避免拖欠农民工工资的事件发生。然而,早已让人“审丑疲劳”的讨薪大戏,每年年底依然离不开人们的视线。客观而言,企业欠薪有其复杂一面,但这绝不是主要因素。假设一下:如果这位包工头还是像以往新闻主角一样选择爬高楼、攀吊塔,以死威胁讨薪,其结局则可以乐观预见。正常途径失败,赤膊上阵却屡屡成功,这既背离常理,本身也说明,遏止欠薪,不是不能,而是不为。

诚信是中华民族的优秀传统,所谓“人无信则不立”。也因此,我国于今年6

月出台了首部国家级社会信用体系建设专项规划《社会信用体系建设规划纲要(2014—2020年)》。其中特别将企业肢解发包、转包、违法分包、拖欠工程款和农民工工资行为列入了失信责任追究范围。虽为分阶段的《纲要》,但作为监管执法部门的劳动、司法、公安等,理应紧张走起来才是,可是,这半年里究竟做了哪些防范工作?对于这起明显失信行为的责任追究又体现在哪里?

农民工工资的落实,法规的落地,绝不是坐在“衙门里”等等电话,偶尔去工地走两步那么轻松简单,需要平时多走进工地,多走进农民工群体去问一问查一查:谁还在拖欠工资,谁还没有拿到自己的血汗钱。有法不依,违法不见,执法不彰,农民工的腰杆岂能挺得起来?

包工头“卖房还欠薪”,无疑是给企业上了一堂诚信课,但道德底线不会主动抬升,诚信体系也不会自行建立。因此,我们一方面寄希望于工程建设市场准入退出制度的尽快完善,以及信用评价机制和失信责任追究制度的建立,同时,我们更希望监管、执法、司法救助以及工会等相关部门能够坐下来好好读一读这则新闻,听一听农民工的心声,并且拿出切实补救措施。如果在最该出来说话的时候装聋作哑,最需要解释的地方哼哼哈哈,人们期待的让“诚信者走遍天下,失信者寸步难行”的局面将遥遥无期。类似诚信故事每多一起,我们内心的悲凉只会增添一分。

由华德奖说企业家社会责任

■ 邓子庆 职员

日前,第11届华德奖企业家公众形象满意度调查中国企业家500强揭晓。中国平安董事长马明哲高居榜首,搜狐董事长张朝阳、恒大地产董事长许家印位列2、3位。本次调查通过道德修养、业绩表现、企业信誉、社会责任5大指标对入围企业家进行考评。

华德奖针对公众人物公众形象而设立,属于一种纯民间荣誉。尽管是民间行为,但华德奖一经推出即成社会各界关注的焦点。原因显而易见,正所谓金杯银杯不如老百姓的口碑。无数成功的案例告诉我们,老百姓说好才是真的好。华德奖的价值就在于,他们将消费者的心声体现在自己的评选上,让那些真正受尊敬的企业以及企业家得到应有的尊重。而这,恰恰又是中国企业以及企业家取得更高发展更大进步的重要基石。

实践证明,随着经济全球化的深入发展,企业家要树立现代财富观,必须认识到,所谓的财富绝非仅指金钱、资本本身,社会声誉、

环保理念、社会责任感、道德意识等等也是企业重要的资产。正因如此,华德奖的评选共有美誉度、业绩表现、企业信誉、社会责任、竞争力5个指标,各指标权重不一。其中,社会责任权重最高,为32.80%。这项指标主要强调候选人要有强烈的社会责任感,除了在年度经济舞台上具有上佳表现之外,应具备开拓品格与胸怀“大爱”的精神视野,对利益相关者承担责任和保障,积极参与社会公益事业,以“企业公民”的标准规范自己的行为。这一设置,体现出了华德奖的价值追求。

共识是,一个企业或企业家以谋求经济利润最大化并无无可指摘之处,但在实现经济利润最大化的过程中,还该尽力取得品牌、美誉度、企业形象、社会责任等的最大化,由“经济人”向“社会人”转变。说白了,企业要讲社会责任,企业家身上要流淌道德的血液,即在谋求经济利益的同时,自觉履行道德义务,对社会负起责任,积累一笔可观的道德资本,唯有如此,其发展平台才会越来越高,其发展的空间越来越广。

酿成悲剧的毒奶粉、瘦肉精、形形色色

的食品添加剂、频发灾难的劣质工程、对底层群众的冷漠……这些事件使得企业家的社会责任与企业的诚信面临着严峻的考验。还有一个现象得提提,那就是近十多年来上胡润榜的不少“问题富豪”如肥猪一样频频被“宰”,使得胡润榜在坊间被戏称为“杀猪榜”。尽管胡润榜只是财富榜而非道德榜,但这一现象却提醒我们,中国具有丰厚财富的企业家不越来越多,但不少企业家甚至是那些企业家中的“战斗机”,他们的财富肌体并不健康,大都来自不义之财,他们的品格也甚至比一个正常的普通公民还不如,缺乏最起码的社会责任感。

说到底,一个企业家除了为公司赚钱,为社会创造财富之外,另一个社会责任就是要树立正面的社会形象,做一个被人尊敬的企业家,例如积极参与环保、扶贫等公益事业。笔者希望在企业社会责任日益受到重视的今天,越来越多的中国企业也开始意识到承担社会责任的必要性与必然性,用行动体现了新一代中国企业勇于肩负社会责任的思想境界和高洁情操。

戏画闲言



■ 吴之如 文并画

《经济参考报》报道,医保财政补贴将提高至每人每年360元,社科院报告称,政府医疗投入并未减轻个人负担。专家表示,财政新增投入大部分被浪费,流向了医院、药房和药企。

许多人一直抱怨,“教育产业化”让众多穷人的子女上不起学、特别是读不起大学,而“医疗产业化”则令城乡的众多底层百姓看不起病。虽然政府这么多年为消除这些问题作出了很大的努力,投入了大量资金,情况有所改观,但还不能说完全解决了。报道说:政府对医疗卫生的巨大投入并未减轻个人的直接负担,个人绝对卫生支出仍在逐年上涨。专家认为,民众一直抱怨的“看病难、看病贵”的问题没有得到实质性缓解。如果医院运行机制、补偿机制没有变,医药费用增长不能有效遏制,那么老百姓得到的实

惠依然有限。对此,城市的工薪阶层和农村的广大农民,当然都有切身的体验。”有专家表示:“政府财政提高了这方面的支出,但是医疗很特殊,医疗最终需要由医院和医生给患者提供服务。在政府大量增加医保投入的同时,如果医院改革没有跟上,医疗费用会不断上涨。”有道是:

医疗投入被浪费,看病难题仍成堆;还盼改革能继续,百姓康乐众望归。

看来,医疗改革的目标远未达成。如何使医疗、医药机制适应新形势下保障人民健康的要求,如何避免国家对医疗事业的财政补贴遭到浪费,让亿万百姓都能看得起病、治好病,是摆在相关部门面前的一道必须解决的难题。既是难题,当然不可能毫不费力就轻松解决,也不可能一拍脑袋短时间内就彻底解决。但是,为了人民的根本利益,为了社会的和谐安定,再难的问题也得着手解决,不可拖延,更无法回避。

“动车升级涨价遭吐槽”考验铁企市场精神

■ 杨兴东 职员

58列提升列车等级的旅客列车中,有10列动车组升格为高铁列车。以北京南至青岛的D331次为例,升级后将改为G193次。前者运行时间为5小时21分钟,二等座票价为249元,升级后时间缩短为4小时58分,少了23分钟,同样的二等座票价却变为314元。以往经常乘坐该车次回家的戴先生,对此有些郁闷,“价格高点没关系,但时间也真是没快多少,这不划算。”(12月10日《新京报》)

按照市场经济的逻辑,涨价原不是完全不能接受的事儿。只是纵观此次动车升级高铁,车票涨价全过程折射出铁企单方面的强势话语权。在票价上涨之前,既无征询民意,亦无相应的涨价方案公布。突如其来的涨价,像是一场突袭,折射出铁企旧有体系中浓郁的官僚作风味道,逼迫乘客们接受这样的既成事实。然而,此刻的铁企毕竟已经走

向市场化,就定价一事而言,不复具备公共权力的威信,涨价与否,怎样涨,都应参照市场意见,在此基础上按照经济规律定价。

值得一提的是,铁企单方面提升某一线路票确实是铁企的一种权利。只是,这种不顾乘客意见的行为涉嫌利用行业优势垄断。在市场经济体系里,乘客再微不足道,与铁企这个市场主体的地位,本应该是平等的。换言之,涉及提升价格的合理理由。诸如运营成本、服务质量等等,铁企均应向乘客说明。但从话语权上来看,一批乘客的分量与铁企相比,却又是微弱的。特别是,刚刚摆脱计划体制以后的铁企,在诸如提价一类的事上还不适应市场机制,缺乏市场精神的相关人员,做出单方面的暴涨价格,也就可以理解了。

基于此,讨论动车升级突涨65元,表面上看只是票价问题,其实质却是铁企所面临的市场化问题。毫无疑问,针对亏损连连的铁企,市场化是其唯一的出路。但

囿于中国铁路事业所承载的特殊功能,比如相对照顾穷人,注重公共利益等等,铁路价格也必然要考虑一定的公益属性。因此,在这二者因素作用下,铁企任何涨价行为都必然要注重乘客意见。梳理新的列车运行图可以发现,此次涨价不仅仅涉及动车升级部分,“46列特快列车升格为直达特快列车,2列普速列车升格为快速旅客列车”,这些车次也同样面临涨价。只不过,后者涨价的幅度不大。或许在相关管理者看来,车速提升就应该涨价。但问题是,在这样一场调整中铁企没有找到乘客的位置,却丢了自身的角色定位。

说白了,铁企既然面向市场,那就应在事关此方面的机制上,都融入市场精神。在涨价的时候,依足了市场规律,说清动车升级高铁,缩短23分钟,涨价65元的内在依据。没有人会责备一个企业基于成本上升涨价,只是会憎恶那些搞突然袭击不把自己当市场主体的愚蠢管理者。