

别拿劳动力不足偷换延迟退休概念

7月1日,积极应对人口老龄化战略研讨会在京召开。人社部社会保障研究所所长何平建议,中国从2016年实行延长退休年龄政策,并每两年延长1岁退休年龄,到2045年不论男女退休年龄均为65岁。有专家表示,提高退休年龄是为了缓解劳动力总量减少的速度。(《京华时报》7月2日)

舒圣祥

虽然延迟退休遭到公众的广泛反对,但某些不用自己掏钱缴社保的人士,仍在不停地为延迟退休鼓与呼。这一次的理由是:逐步延长退休年龄以减缓劳动力总量减少速度。难道,延迟退休就可以阻止人口的老齡化吗?延迟退休与劳动力不足,二者之间究竟有什么实质关系?每延迟退休一年,能额外增加多少劳动力,这有可靠的统计数据吗?人所共知,一个人退休了并不意味着就失去工作的权利,只要他愿意,完全可以一边拿着退休工资一边继续工作。

国人向来崇尚勤劳,如果到劳动力真像专家们想象的那般不足,完全没必要以晚发退休工资来挟人们继续工作。更何况,随着发展方式的转变和经济结构的调整,我们不可能一直停留在劳动力密集型的老路上,经济发展对于劳动力的需求必然随之减少。况且,劳动力不足也会倒逼经济转型,此即所谓市场的力量。

有必要搞清楚“退休”究竟是什么概念。对普通公众而言,退休早已没有计划经济年代的赋闲意味,而仅仅意味着从此结束缴纳社保的历史并转而开始领钱;至于退休后是否继续工作,根本与此无关。当然,机关事业单位及国企高管们可能例外,退休意味着他们从权力岗位上退下来,但他们绝大部分人

用缴社保,而且,他们所在的岗位更加不会存在“劳动力不足”的问题,所以完全可以排除在讨论范围之外。

“延迟退休”的唯一目的,就是要弥补养老金缺口,晚给、少给缴纳社保的人发钱。中国社科院世界社保研究中心主任郑秉文曾公开表示,我国退休年龄每延迟一年,养老统筹基金可增长40亿元,减支160亿元,减缓基金缺口200亿元。延迟5年就是1000亿元,十年就是2000亿元。可是,养老金缺口的形成,究竟是因为缴费的劳动者拿得太早、太多,还是因为某些人从不缴费拿的却是别人的三四倍?别说什么“公务员不占用养老金”,否则何不将公务员养老金也拿来给全社会“统筹”?

劳动力不足与延迟退休是两个本质完全不同的概念,劳动力不足不可能用变魔术

的方法去解决,延迟退休也无益。相反,如果只从社保合同的角度去理解退休,按时退休完全不会额外增加劳动力不足。世界罕见的养老金双轨制尚且迟迟不改改革动静,不断鼓吹延迟退休的“必然趋势”完全没有道理。延迟退休意味着要求劳动者作出牺牲,如果政策制定者不能割舍自身利益,公众就要问:为什么受伤的总是我们?

(据《中国青年报》)



唯冠吃“苹果”的市场启示

苹果与深圳唯冠的 iPad 商标案最终得到圆满解决,“苹果”支付 6000 万美元一揽子解决 iPad 商标纠纷。(7月2日《新闻晚报》)

张敬伟

唯冠和苹果的官司打得热闹,围观者众。原因在于双方力量的严重不对称,一个是濒临破产的中国小公司,一个是全球 IT 产业的美国大公司。这场不对称的知识产权战,就像老鼠战大象,老鼠掐住了大象的死穴,狠狠地教训了大象一把。

但在中国开打的这场官司,相当一部分人情感天平上的砝码还是倾向于苹果。在我看来,原因复杂多样,如对乔布斯的崇拜,如对苹果产品的挚爱,因此认定唯冠“吃苹果”就是吃大户救急。

法庭上的轮番博弈表明,这就是一场正常的知识产权官司。无论谁大谁小谁弱谁强,存在利益纠葛和权利纠纷,就是平等的市场契约主体。谈不拢就经法庭裁决,这是市场经济条件下最常识的维权手段。故而,唯冠的维权无关道德褒贬,只是普通商业纠纷。法庭予以受理,唯冠咬住苹果不管有何功利目的,都有着法治上的理性。

苹果愿意付出 6000 万美元予以和解,可见其胜诉的底气不足。这或许源于其损害了唯冠品牌的知识产权,或是因为技术操作上的疏忽所致。但不管是哪一种,苹果为其市场瑕疵埋单都是天经地义。

如果没有这场官司,国人或许根本不懂得唯冠是何方神圣。但唯冠给予中国市场的意义不是这场官司带来的名利双收,而是市场和法治的双重启蒙——市场博弈,不分大小,只讲权利对等;敢打官司,法治维权。而这,恰恰是国人极稀缺的品质。

石俊荣事件的三重悬念

三木

《西安晚报》记者石俊荣,因发表“县委书记慰问贫困户老党员,会场出现九五至尊香烟”的新闻,“引起领导震怒”,“被按照上级要求停职”(6月2日《济南时报》),这让我顿生三重悬念。

第一重悬念:谁动了九五至尊香烟?

原稿配图中香烟摆放在书记面前,可宣传部长解释,烟是村支书的,县领导是对村支书进行批评。村支书辩解:烟是战友给的,里面只剩下两三根了。一盒烟的来历如此扑朔迷离,也许只有福尔摩斯能解开其中之谜。另外,本是一段感人的领导“拒吸香烟、痛斥下属”的鲜活佳话,怎么反被误解了呢?难怪领导要发脾气了。可惜的是,如今照片被“别有用心”的人删掉了,对领导十分有利的物证没有保护好,弄得九五至尊的领导跳进黄河也洗不清了。

第二重悬念:谁动了石俊荣和西安日报社?

领导一生气,后果很严重,况且这回还是“震怒”!小记者被上级停职已是“皇恩浩荡”了。遗憾的是,西安日报社不能被“停职”,那就“从即日起禁止出现任何监督或者涉及政府的负面新闻”。发禁令的这个“上级”我看是个“新闻官”兼“哲学官”,“新闻是最近发生的客观事实”,只有真假,焉有“正面”“负面”之说?即使“政治学”里有,“负面”的东西也是无法禁止的。“正”“负”“死”“生”之类,如同硬币的两面,相辅相成,相克相生,禁了彼方,此

方也就不复存在了。

权力使人傲慢的同时还会使人愚蠢,“禁”这一招,有效也有限。当年,周厉王禁令一出,“国人莫敢言,道路以目”,但不出三年,被逐出境,不知这个“上级”和厉王比,官衔如何?权力的手再大,遮得了西安,遮不了“东安”,遮得了晚报,遮不了早报。《西安晚报》被禁言,《济南时报》马上报道了这一禁令,事实给了“上级”一记响亮的耳光!

第三重悬念:谁动了当地的光彩形象?

7月1日,石俊荣发微博表示:“深刻认识到采写中不周全的地方,给当地造成了负面影响”,“诚恳接受停职,今后会提高自己的职业素养,汲取教训”。

这到底是谁做事“不周全”,石俊荣、县长、部长还是“上级”?是什么造成了负面影响,天价烟,报道还是禁令?石俊荣又需要提高什么样的职业素养,看“上级”脸色报道吗?要汲取什么样的教训?睁只眼闭只眼昧着良知自保吗?

三重悬念固然令人思索,但我更关心事件的结局,石俊荣的、县长的、禁令的、还有那位“上级”的。好在“上级”的上面还有“上级”,期待他们早日破解悬念,给百姓一个交待。



谨防“市容指标”异化为“禁乞令”

新京

据《南方日报》报道,深圳罗湖区近日公布了市容环境综合考核实施方案,如果发现流浪乞讨、露宿人员出现在主干道、次干道和其他城市道路,就要扣城管的分。

深圳似乎不是孤例。近年来一些城市“流浪乞讨人员救助”异化为城管执法中的“禁乞令”,路径大致同此。乞讨作为公民个人的权利与自由,已经且正在凝聚越来越多的社会共识。但有些城市管理者承认这种权利,又担

心它影响社会秩序和治安。

乞讨群体中伴随一些违法犯罪,是部分城市推行“禁乞令”的出发点。如果认同乞讨是个人权利,把乞丐当作“职业”同样是个人权利。对私权利而言,法无明文禁止即可为。至于乞讨群体中会伴随一些违法犯罪,这和“禁乞”没有必然联系。有犯罪打击就是了。主张乞讨合法,并非主张乞讨中的犯罪合法。将乞丐强行赶走或强行禁止,而不是对其中的犯罪依法查处,这从城市管理上来说是懒政,从打击违法犯罪上来说则是渎职。

16年前的养老保险应兑现承诺

河南省邓州市的6万多农民在16年前参加了农村养老保险,到了60岁可以领取养老金时却见不到钱,有些已经去世的农民也从未领过养老金。(7月2日《河南商报》)

杨华云

邓州市政府很快在官方网站上回应,导致拖欠的原因是近期管理机构调整,2011年农民养老保险(“老农保”)17.24万元尚未及时发放。对此,邓州市承诺一周内将拖欠2011年参保到龄农民养老保险待遇发放到位。

虽然邓州市对此事反应迅速,不过上世纪90年代试点的农村养老保险(“老农保”)在2009年“新农保”实施后,事实上已宣告破产。像邓州市参保农民的这种情况在全国其他地区也有,地方政府除了向参保农民做好解释工作之外,至少应为政策失误致歉,并给予最有利于参保农民的方法解决他们的问题。

“老农保”试点始自1992年,这个制度主要的特点通俗讲就是相当于个人储蓄,农民每月缴纳一定的费用,到60岁后从累积起来的这笔储蓄中按月领取养老金。邓州市正是在这样一个背景下开展“老农保”的,只开展了一年就不再继续,原因是主管部门发现银行利息太低,利息根本不足以让农民养老,最后不再推行。

政策不再推行,农民的利益不能不了了之。农民参加保险并能够按照制度设计的初衷实现养老的保障是国家承诺。那些压在农民家箱子底的“绿本”实际上压着的是一份国家的养老承诺,这个承诺应该兑现。

当年的政策失误和一些地区工作上的问题,所造成的风险不能由参保农民来承担。面对无辜的参保农民,当地政府应当向当年参保的农民表示歉意,对于因为通胀事实上导致的当年缴费购买力降低问题,应当给参保人适当的补偿,这个补偿不一定有多少钱,但补偿的是政府信用。

(据《新京报》)

最怕千万元宣传片催热“天价宣传”

审计署报告称,铁道部在未按规定招标的情况下,投资1850万元请张艺谋拍摄宣传片。短片时长5分钟,平均每秒钟耗资6.16万元,网友称其质价不符。业内人士称该片大量视频可用素材资料,十几万就能拿下。(7月2日《郑州晚报》)

司马童

对此,笔者想说的是最怕千万元宣传片催热了“天价宣传”。

铁道部置相关招标规定于不顾,一把砸下近2000万元的巨资,却只是拍了一部“未达预期效果”的5分钟宣传片,这称得上国家审计署最新“审”出的一条“爆炸性新闻”。但实话实说,审计往往只能“审表”;鉴于曾经的记忆和感受,公众自然也能明白,尽管某些网友言之凿凿地宣称“十几万元就能拿下”,但对这部木已成舟的“天价宣传片”,是否因此会引来深查细究,乃至证实出“盘剥真相”,最好还是别抱太大希望。比较合理的期待是,涉事部门作番不痛不痒的道歉,然后给个引以为戒的表态,这事几乎就算“过去了”。

之所以对铁路宣传片的“围观结局”如此看淡,倒不是认为财大气粗的铁道部门就该这么挥金如土。而是联想到,像这样以拍摄宣传片的方式,助力“企业文化”,推进“形象建设”,早已不是一家一户的采用之道,几乎涵盖了各行各业的促销之谋。所以,可以指摘铁路部门的绕开招标程序,或是批评其耗费公帑(gōng tǎng 广东话,指政府的钱)的大手大脚,但若质疑其该不该“积极宣传”,显然是种站不住脚的“过度炒作”了。

正因为当前,“宣传片思维”仍属一种“主流存在”,故而,铁路宣传片的“投资疑云”,终究难以汇聚起有力的“雷声雨点”。但我还是以为,对这样的“带头大哥”并非无庸在意——如果在程序遵守、投资监督等各项环节,缺乏公开透明的严格纪律和严密掌控,或是在“审”出具体猫腻之后,也能“含糊检讨”、轻松过关,那么动辄热衷“天价宣传”的可怕后果,就未必不会此起彼伏、快速蔓延。真要如此,别说今天中国铁路的千万元宣传片,“争强好胜”的后来者,若想打破这一“天价记录”,可謂是“探囊取物”。

千万元宣传片会不会催热“天价宣传”?评判在公众这边,答案在监管那里!(据《广州日报》)