

中国观察之椿桦专栏

# “一些委员”不懂议政还是太懂潜规则?



政协委员议政不是什么难事,所谓的不懂议政,其实是说不上,反过来说,很可能是他们太懂潜规则了——不敢履职,却敢于顶着“荣誉称号”在民间耍威风,搞特权。细细想来,为什么那些委员会遵循这样的潜规则,恰恰是问题所在。

关于一些工商界政协委员的议政水平,相信不少人都提出过怀疑,但直接说某些政协委员“不懂议政”,却不是一般人所讲得出来的。据《广州日报》8月24日报道,广州市委检查组日前到市工商联检查,其间,市政协副主席郭锡龄说,一些委员既不敢批评又不拿出措施,“钱是很多,但不懂议政”。广州市委常委、统战部部长孔少琼随后也表示,希望工商界委员“不单是挣大钱,还要有水平”。

批评政协委员不懂议政,意思其实就跟批评老板不懂经营差不多。但提出批评的主角是政协副主席,又不得不令你相信。所以,如果

觉得这事很怪的话,只能怪不懂议政的人为何当上了政协委员,而不是政协委员怎能不懂议政。

不过这事在我看来,却还是有疑问的;郭锡龄副主席的话,也并非没有漏洞。譬如,郭锡龄说,“一些委员既不敢批评又不拿出措施”,这话跟“钱是很多,但不懂议政”并没有因果关系。不敢批评又不拿出措施,只能说明委员不敢议政,怎么能说他们不懂议政呢?

的确,当前质疑一些政协委员议政能力差、政协委员不履职的声音很多。被质疑的对象,其实远不止来自工商界的老板委员,还包括来自文艺界、体育界的明

星委员。被质疑的其实还不止政协委员,一些人大代表履职不佳的情形也屡遭诟病。譬如,去年两会上,钟南山院士曾炮轰部分人大代表,10分钟发言,8分钟是在歌功颂德。又如,刘翔、巩俐、张艺谋等明星委员,经常在两会召开之际,请假缺席。这些情形,都是委员与代表的错吗?能说明他们参政议政能力低下吗?我的答案是:不能。

以我所见,参政议政并不是什么专业性很强的难事,稍微有点儿社会责任感、有基本语言表达能力的人,都可以为民请命、为自己所代表的界别发言。相信,当上政协委员的人们不至于连这点儿素质也不具备吧!所以,我从来就不认为委员与代表不懂参政议政。广州市工商联党组书记谢春潮在检讨相关问题时的一番话也可以说明这点。他说:一些人心存顾虑,以为议政是挑毛病,揭伤疤,是得罪人的事,不敢也不便议政,很多非公

经济人士把人大代表和政协委员这种政治安排看作一种荣誉,缺乏强烈的政治责任心。

谢春潮这话在我听来,不仅不能说明委员们不懂议政,某种意义上甚至说明,他们太懂潜规则了。因为看上去,大环境如此,个人的能力改变不了什么。老板们也是普通人,代表本界别多提意见建议,是一种本能。但他们为什么总是做出一副“不懂议政状”?政协和政府,都要反思一下。毕竟,像“湖南双牌县政协委员发言惹怒书记被停职检讨”、“人大代表向政府领导‘汇报’工作”之类的荒唐事儿,咱们都没少见。一些委员与代表不敢履职,但敢于顶着“荣誉称号”在民间耍威风、搞特权,甚至打人这样的事情,倒是时有听闻。

表面看来,明星化和老板化是导致一些政协委员水平低下的主因,但细细想来也并不仅仅如此。

(作者系资深时事评论员,有新著《异论中国》问世)

## 异论锋生

### 你愿被央企转移税负吗?

国资委称国企综合税负是私企的5倍,这一论断遭到舆论质疑。北大教授认为央企税负转嫁给了消费者,国资委官员称系学者偷换概念。

(《中国经济周刊》8月24日) 盈利必定来自销售环节,并由最终的买家埋单,连盈利都出自消费者,税负当然更不可能来自别处。真要较真的话,民营企业、外资企业的税负其实同样来自消费者。

但称“央企税负转嫁给了消费者”,也是句大实话,既没有冤枉,也没有栽赃。在一个充分竞争的市场上,一个企业从消费者那里赚的钱越多,其实恰恰证明了这家企业的质量过硬,性价比高,而对于消费者而言,兜里的钞票其实也是选票,能心甘情愿掏钱消费,恰恰说明消费者愿意把选票投给这家企业。从这个角度来看,央企能把5倍于私企的税负转嫁给消费者,还真是不小的本事。

不过,假如认为央企的超高税负也能找到消费者埋单,说明了央企们经营得好,盈利能力强,并认为消费者把钞票交给央企,也是发自内心的认同,恐怕绝非事实。真实的情形是,由于央企的特殊地位,无论是石化,还是电力,消费者们除了央企几乎没有其他的选择,这个时候,央企们的寡头垄断地位,注定了定价权并不在市场,决定央企盈利能力的其实也与央企的产品和服务质量无关。

尤为尴尬的是,这边厢是消费者对于央企的服务和定价的怨声载道,那边厢却是央企的高税负依旧可以由消费者来最终埋单。央企的“超高税负”,其实需要承担的压力不大,技术含量也不高,既然消费者没有选择,只能埋单,换了谁在这个位置上,承担5倍税负都不是难事儿。(武洁)

## 热点纵论

### 金字塔门票1.3元影响消费热情了吗?

湖南南岳大庙门票由目前的40元/人次调整到50元/人次,南岳管理局认为,如果旅游产品价格定得过低,潜在旅游者就会认为旅游产品质量较低,从而影响其消费热情。

(8月24日《中国青年报》) 与“门票价格低影响消费热情”相伴的怪象是,该景区花197万建了一个厕所,而交通工具购置费和招待费开销巨大。更要命的是,听证会消费者代表罗秋林律师指出,行政机关的管理成本应纳入财政预算,不能纳入南岳大庙来进行分摊。如此摊入成本,这账也算得太精了吧。

在种种事实面前,所谓“门票价格低影响消费热情”,从本质上说依旧是圈钱逻辑。对不少景区来说,如果不盯住游客的腰包,景区似乎就吃亏了;如果过了一段时间不涨价,似乎就不能成为景区了。

“门票价格低影响消费热情”是一种完全颠倒黑白,是非不分的逻辑。要知道,不少发达国家景区门票共性是价格低廉,价格占人均月收入比例一般不超过1%。比利时的博物馆和名胜古迹的票价只占到普通人月工资的0.33%,法国为0.4%,意大利、日本小于1%。又如埃及的金字塔,对本国人只收相当于人民币1.3元的门票。

如果说“门票价格低影响消费热情”,只收1.3元人民币的埃及金字塔何以每年能有数千万的游客呢?并且包括我国游客在内的国外游客络绎不绝,这是“门票价格低影响消费热情”的逻辑所能解释的吗?统计表明,我国门票的平均水平占人均GDP的比例接近1%,是其他国家的10倍以上。这说明我国公众平均为享有公共资源不仅增加了个人支出,而且为风景资源的保护付的钱也更多。

如今我国的许多旅游景点门票价格,动不动就是几十元、上百元甚至更高,令人望而却步。也就是说,是“门票价格高”而非“门票价格低”影响了“消费热情”。(朱四倍)

## 第二落点

### 如果政协委员成为一种待遇……

出现一些政协委员不称职的情况,不能全怪委员们“胆小”和“滑头”。几年前的全国两会上,广州的人大代表李永忠在列席分组讨论审议两院报告时,直言司法腐败,却屡屡被“有政治觉悟的”其他代表打断,说他的话“只有全国人大代表可以说,省人大代表不能说”,而且还表态说“我们都听不见”,这样的环境,议政确有难度。除了不敢议政之外,另一个

原因是不愿议政,不会议政。而不愿和不会的根本原因,在于老板和明星委员太多。很多时候,只要有钱有名,你就很可能成为政协委员。不是吗?张三会演戏,李四会唱歌,王五跑得块,赵六跳得高,于是,都莫名其妙地成了政协委员——政协委员似乎成了一种政治待遇,不给名人戴这么一顶桂冠,仿佛就怠慢了人家。可这顶帽子,恐怕连他们自己也未必

得适应。于是,你开你的政协会,他唱他的歌、演他的戏、拍他的电影,既不参加社会调研,更不递交政协提案,甚至连会都不出席。很多有钱人也热衷于弄个委员或代表当当。号称粤北首富的朱思宜“投资”千万谋得了全国人大代表、广东省工商联副主席的头衔,并迅速用这些头衔扩充自己的关系网,攫取更多的资源。这些拿政协委员和人大代表当生意来做

的人,怎么可能指望他提出“具有前瞻性、针对性、可操作性的意见建议”?他们的“在其位而不谋其政、难谋其政”是必然的。

要从根本上扭转这种局面,必须进一步严格政协委员的准入标准,以参政议政的愿望和能力为前提,其次,要严格执行推荐和选举的程序。只有这样,才能真正发挥政协委员的议政职能,使其为各自代表的利益群体服务。(张兰英)

## 第三只眼

### 更可怕的是“不议政也没事”

参政议政不是高深莫测的能力,不少委员不懂议政,那只能说明,并不是议政本身难懂,而是在现实之中,一些委员其实可以轻松做到不必议政。

如在委员的遴选、产生的环节。虽然《章程》明确,委员应在本界别中有代表性,有社会影响和参政议政能力”,但在现实中,是否具备“参政议政能力”实际上却并非推选委员的必

要条件,而所谓的“在本界别中有代表性”,也往往被理解得相当狭隘,如工商界的代表性,事实上成了资产多寡的代表性;文艺界的代表性,成了名气高低的代表性。于是,政协委员中便出现这样的几多现象,老板多、明星多、冠军多……

再看委员的履职环节。虽然章程同样明确要求,“委员要密切联系群众,了解和反映他们的

愿望和要求,参加本会组织的会议和活动”,但在实际的履职过程中,委员履职质量不高,不能充分地“密切联系群众,了解和反映他们的愿望和要求”,仍然是相当普遍的现实。

更重要的是,在目前制度框架下,委员们即便不积极履职、履职质量不高,我们也缺乏必要的监督制约机制,如完善严密的考核、问责、退出机制来加以应

对。而如此一来,一些委员不懂议政,事实上就具有了某种必然性——即便不懂,也不会面临多少真正的考核、问责压力,那干吗非得去懂呢?!

批评或斥责不懂议政并非关键,关键是追问其可以不懂议政的制度环境,进而通过相关的制度改进和完善,去催促、确保他们必须懂、不得不懂议政。(张贵峰)

## 热点纵论

### “按家庭征个税”应该尽快试行

国家发改委社会发展研究所所长杨宜勇建议个税按家庭征收。“综合征收是指以一家人为单位计算征收。比如一个穷人家只有一个人工作,一个人按照3000元钱要纳税。但按三个人平均算,他就可以纳更少税或者不纳税”。

(8月24日《新京报》) 个税改革早已是民心所向。用税费“钥匙”解开贫富分化之门,也是促进社会公平的内在诉求。而按家庭征个税,无疑在提高

起征点外增添了新的选项。基尼系数已超警戒线,而消费贫富差距的途径,就在于遵循公平原则,将蛋糕合理分配。

可供调节的税收机制,是缩小收入差距的制度路径。通过差异性地收税,富人需承担更重的缴税义务,穷人则能规避税负过高、不堪承受的境遇,对于减少收入落差,作用不容小觑。作为税收大头的个税,标准之高低,调节效果当然更为直接。其征收方式的

优化则更重要。按家庭收个税减轻了贫困家庭的税负,也改良了现行“税收杠杆无补于分配结构”的局面。劫贫济富的颠倒性效果,也会在政策性利性中有所扭转。

据了解,2008年在我国个人所得税中,中低收入阶层的纳税额占税收总额的65%以上,而高收入者的纳税额却只占30%左右。跟很多国家相比,我国的穷人负担太重,税收结构也不尽合理。改变这种倒

金字塔式的个税结构,已刻不容缓。按家庭征个税,虽然无法根本性地填补贫富落差,也难以迅速改善税负结构,但它却以增量改良的方式,对穷人进行间接补偿,缓解着他们的生活重压,也有利于国民税收良性格局的逐渐形成。

每点制度性的进步,都是在为正义甘霖的普降作着铺垫。按家庭征个税既然能还利于贫,有望缩小贫富差距,就不妨马上试行。(余宗明)

## 热点纵论

### 电影使用费不能由“影著协”说了算

中国电影著作权协会(影著协)日前向国家版权局上报《电影作品著作权集体管理使用费收取标准》,拟收取电影使用费。

按照影著协公布的收费标准,网络:距首映两年内的电影基本使用费下限为每部每年10万元;网吧:每天的使用费=电脑总量×网吧每小时收费标准×7.5%;飞机和火车:每年每部电影使用费为2500元至5万元;长途汽车:每辆车每年收取电影使用费365元至500元。

(《广州日报》8月24日) 作为观众,应该为观看电影

付费,作为经营单位,应该为使用电影付费,这些都没问题。

问题在于,如何收取电影使用费以及使用费标准的确定,不能由影著协说了算,而应通过利益相关方充分协商,确定一个合理的收费方式和收费标准。

就收费方式而言,按照电影实际点播次数收费无疑最合理,虽然计算网吧点播电影次数或长途汽车播放电影次数的难度非常大,但如果网吧没有点播电影,长途汽车没有播放电影,他们凭什么被收费?难度大,是收费者的事情,它不能成为设立不合理收费方式的理

由。按网吧电脑数量和长途汽车数量笼而统之地收费,方便了收费者,却变相侵犯了经营单位的权益——有些长途汽车并没有电影播放设备,即使有,经营单位也可以选择播放,凭什么要交费?网吧可以向网民提供电影点播服务,也可以不提供,凭什么每个网吧、每台电脑都要收费?

就收费标准而言,按网吧每小时向网民收费2元计算,每台电脑每天须支付电影使用费0.15元,一家网吧若有电脑200台,一年须交费1万多元。众所周知,如今网吧行业竞争激烈,利润很低,

一家网吧一年的利润可能只有几万元,很难想象网吧老板们会认同这个收费标准。

电影使用费这块蛋糕大得惊人,人们不禁要问:这些旧影片值这么多钱吗?怎能完全按照影著协公布的标准来收费?电影版权和著作人权益当然应该保护,但经营单位的权益也需要保护,不能因为对一方利益保护过度而损害另一方的利益。任何买卖都得讲求公平合理,价格都是买卖双方协商出来的,没有一方说了算,另一方被动接受的道理,除非影著协想学垄断国企。(晏扬)