

筑牢干群关系的「信任基石」

历数近些年来各地发生的群体性事件，无论是几年前的孟连事件、瓮安事件，还是今年以来发生的增城事件、织里事件，都有着类似特点：原本只涉及相关部门的单体事件，却发展成当事人与非利益关系者共同参与的群体性对抗。其背后的诱因，往往是群众对当地政府及其工作人员缺乏信任。

这种高度相似的运行逻辑，警示我们必须关注基层干群关系中的“信任危机”。诚然，上有千条线，下面一根针，基层干部在社会治理中，承担了巨大的责任和压力，对基层经济社会发展作出了举足轻重的贡献。然而更应看到的是，基层干部处于社会治理的最前沿，直接面对群众，实质担当了党和政府的形象代言人，其能力和作风，都影响着当地群众对执政党的评价。基层干群之间的不信任，不仅会令干群关系趋于紧张，更可能促使部分群众将对个别基层干部的不满，上升为对基层一级政权的质疑，导致基层治理陷入“信任困境”：无论基层干部采取什么样的应对措施，都难以取得认可。

事实证明，干群之间缺乏信任，会极大地削弱基层政权的权威性，不仅表现在应对群体性事件的乏力，更意味着社会控制能力和动员能力的下降，发展的政策措施得不到群众认可，反倒被误认为是个人谋利的瞎折腾，由此不信任进一步加深，这对基层社会的建设发展与和谐稳定，影响更为负面。

从历史层面看，密切联系群众向来是我们党的最大政治优势。当年，正是靠与群众的鱼水深情和血肉联系，我们党才能在白色恐怖中唤起工农百万，在极为残酷的斗争中建立红色政权。而今，部分地区干群间缺乏信任，其产生的负面效应不仅在于当地，更在消耗整个执政党的执政资源。在信息高度发达的今天，这种消极影响会因各种传播渠道突破一时一地，产生持久和放大的后果。作为人民选择的执政党，放大的“信任危机”会直接危及我们的执政根基。这正是胡锦涛总书记以峻切之言辞，一再强调“党执政后最大的危险是脱离群众”的根本原因。

筑牢基层干群关系的“信任基石”，固然要靠在基层干部中进行党性教育，在思想作风上重提群众观点、群众立场、群众路线，但更重要的是整肃吏治、协调利益。前者事关权力结构，后者事关利益分配。对于前者，虽然推进基层民主已为共识、村民自治亦实践多年，但现实当中，基层干部的权力运行机制仍然存有弊端。一些地方片面唯上，“上情压倒民情”，导致群众敬而远之，信任难以建立；一些地方监督缺位，“独断代替协商”，造成群众心生怨怒，矛盾由此催生。

对于群众来说，最直接的诉求往往在于利益。群众的不满，往往源于分配不公、利益受损，近年来的群体性事件，多肇始于此。这也说明对于基层干部而言，只有处理好群众利益问题，才能从根本上疏解矛盾冲突、保持基层稳定、维护社会和谐。否则，即便盖起了高楼大厦、修好了通衢大道，发展的正面效用也会大打折扣。

乐民之乐者，民亦乐其乐；忧民之忧者，民亦忧其忧。一个执政党的执政能力和执政地位，从根本上说都来自人民。作为我们党治国理政的神圣使命，筑牢干群关系的信任基石，保持同人民群众的血肉联系，方能为人民谋福祉、为政党赢得民心，这是对基层政权最根本的考验。

语在

让减税的阳光真正照耀小业主

日前，财政部发布了关于修改《中华人民共和国增值税暂行条例实施细则》和《中华人民共和国营业税暂行条例实施细则》的决定。主要修改处为大幅提高了增值税与营业税的起征点。具体如增值税起征点调整为月销售额或销售应税劳务5000-20000元，而此前的起征点，分别为月销售额2000-5000元，或月销售应税劳务1500-3000元。《中国证券报》11月1日）

作为结构性减税的具体措施，显然，主要针对小型和微型企业。更具体些说，是主要针对个体工商户。正因为如此，这些措施能否落到实处就是关键。因为销售额符合免税条件的，一般都是小型和微型企业、个体工商户，很多都不建账，所以，现实的操作办法，一般是定税制，核定每一企业、门店每月应纳税多少，便无论具体销售额多少，赚钱或者亏本，都收一样的税。

从前，曾经是一户一核定。

表面上，销售额越高征税越多，似乎有道理，但实际上，本来没建账，销售额的多与少根本是征税门槛说了算，暗箱操作的空间太大，最容易形成权钱交易。一种结果是经营者热衷于拉关系、行贿以逃税，另一个结果是征税者漫天要价威胁经营者，逼迫经营者行贿后，才降到合理标准。上世纪90年代末至本世纪初，我个人从事个体经营多年，正是税费征管极不规范的时期，其时的经历，至今还记忆犹新。

后来，基本改为划片区核定，即同一地区同一行业的小型企业和微型企业，同一街区的经营面积基本相同的任何一家门店，按同一标准缴税，且张榜公布。不能说实现了公平，但确实实现了次公平。逃税的空间小了，税费征缴容易了，诚实经营者的税负也减轻了。却也形成一种现实，即小型和微型企业、个体工商户的税费负担，决定于行政性质的税费任务以及具体经营范围、

区域等，却未必与实际的销售区域有太大关系。账面上，实际上是一种倒推，就是先确定收经营者多少税，然后，倒推出经营者应该有多少销售额，于是经营者就必须有多少销售额了。

要对此进行改革，长远了说，应该实现征税的精细化，适度规模以上的经营单位，都必须安设税控设备，税费必须与真正的销售额挂钩，让税率实际反映税负轻重，以税率调控税负轻重。短期来说，在涉及小型和微型企业、个体工商户时，在特别大的范围内，显然也只能维持定税，那么，结构性减税，便不应只单纯减在未必有实际意义的税率上，而一定要落实在现实的定额标准上。

具体些说，就是在涉及小型和微型企业、个体工商户时，降低税费任务，针对具体经营者的定额标准，按一定比例下调，让结构性减税的阳光真正照耀到低端经营者身上。

晓敏

“瘦身钢筋”

在甘肃兰州一些建材市场上，由于利益驱动，不少钢筋被过度拉细，比如销售规格25毫米的带肋钢筋内径只有22毫米。然而，这些偏差超出国标4倍的“瘦身钢筋”，竟然供销两旺。业内人士担忧，这些扩张力已被破坏的“瘦身钢筋”将埋下建筑安全隐患。这正是：身材苗条人称美，钢筋瘦身楼身危。暴利强拉成祸首，监管放行欲何为？

曹一图 三宝文



部门规章「打架」不应殃及民众

东莞市卫生部门和食品药品监管部门之间的冲突，应采取最小损害的方法，暂停“健康证明”新证，及时将规章冲突交付有权机关处理。

据《东莞日报》报道，东莞市食品药品监督管理局针对餐饮行业，打算从明年起推出新版《健康证明》，并称以后检查时，只承认自己的《健康证明》。而该市卫生局则表态，如果在公共场所卫生检查时遇到市食品药品监督管理局的新证，将不予承认。

究竟是不是部门利益造就了执法冲突，现在下论断还为时过早。依《食品安全法》，食品药品监管部门拥有对餐饮类从业人员的健康证明执法权，而浴室、KTV、旅游业、泳池、桑拿等公共场所的卫生，则仍归卫生部门管辖。看上去，两部门都是“口含天宪”。

从各自的职能定位出发，卫生部门打出了卫生部令(第41号)，食品药品监管部门则捧出了省食品药品监督管理局的一份“通知”。依“上位法优于下位法”的一般原则，应该优先适用卫生部的规章。但卫生部令出台时间是1995年，广东省食品药品监督管理局的“通知”却是今年下发。依“新法优于旧法”，似乎又应优先适用“通知”。这就是两部门各不买账的原因所在。

行政执法中的规章冲突并不罕见。规章冲突的解决也有一整套规则，除了前面的“上位法优于下位法”和“新法优于旧法”之外，还有“特别法优于普通法”。按说，规章冲突不应该出现在旧的上位法与新的下位法之间，因为只要旧的上位法还未失效，与之相冲突的下位法就不应该出台。这样的情况又确在发生，证明了我们在规章备案审查制度上远谈不上成熟，在规章冲突的解决上也难称有效。

就算东莞市卫生部门和食品药品监管部门真是就规章之间的冲突而对峙，那就应该先提交卫生部处理。在卫生部的官方网站上，也明确载明，卫生部负责“管理国家食品药品监督管理局和国家中医药管理局”。作为东莞卫生局和东莞食品药品监督管理局的共同的上级业务主管部门，卫生部当然有权依法处置发生在东莞的“规章冲突”。

即便这一规章冲突的背后还涉及《食品安全法》，卫生部确实无权处置，也可以先交由国务院法制办依法审查，由国务院来处理。国务院法制办也无法处理的，还有全国人大常委会或全国人大。规章冲突的解决并不是没有制度，也不是制度不具体。怕就怕冲突双方并不想通过制度来调处争端，保持现有的执法利益看上去似乎是最“经济”的选择。

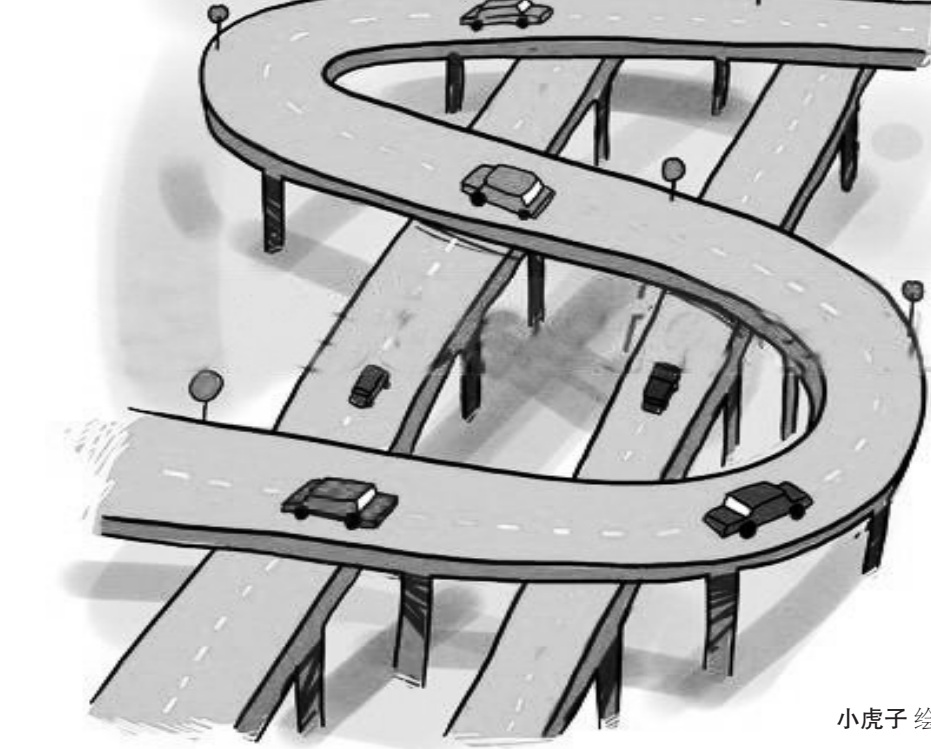
另一涉及执法程序的问题是，在规章冲突未得到解决之前，地方行政部门是否可以按各自对规章的理解，将冲突进行到底？

很明显，这种将对不特定多数民众带来伤害的执法方法是必须遏止的。行政权的行使应符合目的性，并采用最小损害的方法。这一“比例原则”被奉为行政法的“皇冠原则”，它提示了行政权的根本目的是服务于民，而不是为祸于民。

东莞两部门为一纸“健康证明”争执不下，虽不能据此作出“利益冲突”的判断，但两部门也应主动避免瓜田李下的嫌疑。暂停“健康证明”新证，及时将规章冲突交付有权机关处理，将是妥善的处理方案。

王刚

没钱别开车



小虎子 绘

投诉邮箱76个字符说明什么

创设面向公众的投诉邮箱，就应该考虑客户的感受，现在冒出一个76字符邮箱名，即使是因内外网“翻译”所致，即不是故意为难公众，总也说明，设计者压根儿没想到方便公众这回事。

注册邮箱，总是越简明越好，方便记忆和操作。可有人偏不。中国银行莆田分行公布的假币投诉电子邮箱长达76个字符，被网友戏称为“史上最最长投诉邮箱”。

此事经网友在微博上曝光，迅速引来关注。有人质疑说，这样做“不是为了方便你投诉，而是设置障碍让你没法投诉”。这可能会让中行莆田分行的人感到委屈。他们解释称，内网的中文字符，与外网一接，便成了这样一串代码。网上能人多，早有网友在他们出面解释之前，就得出了同样的结论。

看起来，这似乎只是一个技术性疏忽。

即使如此，仍然要问一问，网友为什么会觉得76字符邮箱是在

故意设障？

首先，是凭直觉。说实话，能耐着性子，将这个邮箱名正确输入的人，实在不多。所以，我很好奇，这个“史上最最长投诉邮箱”开通后，一共收到几封投诉信。可惜，报道里没有提及。

其次，是凭经验。大家凭自己跟银行打交道的经验，就可以得知，银行的服务障碍，并不鲜见——比如，明明可以有几个窗口，可是偏偏要让人等得心焦；明明可以直接用人工服务，偏偏要让客户与语音电话“斗智斗勇”，好不容易连过数关闯到“人工服务”处，却换来一句“坐席忙，请稍候再拨”，同样令人抓狂；ATM机多吐钱，客户拿了，银行一定不依不饶，没准会告你盗窃；而机器少吐钱，想要讨公道，比登天还难。

曾向一位银行高管讨教，为什么银行老让人排队？他回答我说，我们银行开发了网上银行、电话银行等业务，已经耗费不少资金，就

是要鼓励客户多用，少去柜面，这样，既提高了相关系统的利用率，又降低了人力成本、场租成本等。

真是算盘打得劈啪作响。银行的人，本来就是跟钱打交道，会算账，计较投入产出，这很正常。但是，为了自己降低成本、提高效率，却让客户耗时耗力，这不是设障，是什么？

回头再说这个“史上最最长投诉邮箱”。创设面向公众的投诉邮箱，本来就应该考虑客户的感受，现在冒出一个76字符邮箱名，即使是因内外网“翻译”所致，即不是故意为难公众，总也说明，设计者压根儿没想到方便公众这回事。这不，邮箱名在舆论的压力下改短了，仍然是“福建中行反假投诉”的拼音首字母，虽说简短多了，仍然气势十足，并不好记。

76字符邮箱，是一个笑柄，也是银行业漠视客户的一个缩影。银行业不在服务大众方面转变态度，还不知道会再闹出什么笑话来。天扬

物价上涨，如何保障低收入群体的生活？最新消息显示，到9月份，我国已有27个省区市建立并启动了“社会救助和保障标准与物价上涨挂钩”的联动机制，国务院确定的年底全部建立这一联动机制的目标，预计可如期完成。在CPI高企的深秋，这无疑给那些为“买不起肉”发愁的低收入家庭送来丝丝温暖。

6.4%、6.5%、6.2%、6.1%——自今年6月以来，我国CPI涨幅进入“6”时代。物价上涨，低收入群体首当其冲。目前，根据“短期波动、发放补贴；持续上涨、调整标准”的联动机制，一些城乡居民领到了价格临时补贴，一些城市还相应提高了低保标准。

出台联动机制，值得鼓掌欢迎。但是，这样的机制究竟能保障多少，又能在多大程度上保证低收入者生活不受物价上涨影响，恐怕还要打个问号。

别怪百姓不知足。细看各地规定就会发现，所说的价格临时补贴，多数是每月二三十元，提高了的低保标准，许多城市也不过每月三四百元。当前猪肉每公斤均价已达到20多元，鸡蛋价格也已达每公斤8元左右。过日子，柴米油盐、水电气暖，样样要钱，倘若家中还有老人、病人、上学的孩子，生活的艰难可想而知，多出来的几十元能起多大作用也真的让人怀疑。

此外，目前联动机制所针对的主要是低保户，数量有限。和住房保障体系中“夹心层”类似，收入分配体系中也存着一个“临界层”。大量的城乡低收入家庭，既不像中高收入人群那样对物价的上涨具有较强抵抗力，又不属于低保所涵盖的范畴。物价一旦出现连涨，其生活所受的影响立刻会成倍放大。

因此，在通胀的大背景下，保障低收入群体的生活不受影响，更积极的做法恐怕是，让有劳动能力的人尽可能实现就业，并让就业人员的工资水平跟上物价上涨的步伐。

前三季度的统计数据显示，城镇居民工资性收入人均同比增长11.9%，远比CPI“跑”得快。但为何许多人的感受恰恰相反？“张家有财一千万，九个邻居穷光蛋，平均起来算一算，家家都是张百万”——老百姓中流传的这句话，形象地点出了“平均数”的局限性，也道出了大量低工资劳动力对“工资涨得快一些”的期望。

市场经济条件下，工资作为劳动力价格主要由市场决定，政府不宜直接决定个体工资水平。但是，工资也有起码的保障线，那就是最低工资标准，这个保障性标准是政府也应该可以去干预的。去年我国有30个省区市上调了最低工资标准，今年前9个月又有21个省区市上调该标准。如果比照《最低工资规定》“两年至少调整一次”的要求，这样的频率已经到位。但在今年物价上涨较快、持续时间较长的情形下，最低工资调整的频率是不是还能更快些、幅度还能更大些？毕竟，对比最低工资与社会平均工资，即使是最新调整后的最低工资水平，我国多数地区仍达不到国际上通行的占社会平均工资“40%-60%”的标准。

“社会救助和保障标准与物价上涨挂钩”的联动机制，让人们感受到政府保障低收入群体生活的决心。人们还希望，国家能在更大范围内考虑建立类似直接或间接的调整机制，不让物价上涨降低普通百姓的生活水准，使“十二五”规划“努力实现居民收入增长和经济发展同步、劳动报酬增长和劳动生产率提高同步”的目标尽早成为百姓身边可见可感的现实。

别让物价「吃掉」低收入者幸福

把好谣言传播的第一道关口

网络谣言大行其道，提供信息传播平台的网站难辞其咎。

一段时间以来，“绝症男子杀死八名村官”、“女官员携巨款出逃国外”、“某领导妙评高尔夫”……一个接一个“爆炸性消息”在网络上蹿红，引起众多网民关注和跟帖。针对网民关切，相关组织部门迅速展开调查，却发现这些消息不过是彻头彻尾的谣言。

网络谣言的泛滥值得警惕。事实上，真和假的较量每天都在网络上进行。能否及时发现谣言、把好谣言传播的第一道“关口”，越来越成为考验网站管理的一项挑战。

网络谣言面目各异，但其炮制手法却如出一辙：从内容上看，网络谣言往往是真实信息进行拼接和歪曲，以“官员”、“金钱”等标签化信息刺激网民眼球，引起网民猜测；从形式上看，网络谣言主要借助论坛、贴吧、即时通讯工具等网络平台进行扩散，诱导网民跟帖和转载，形成声势，进而吸引新闻媒体跟进报道。

网络谣言滋生、传播、扩散的整个过程，几乎都在网络平台上进行；网络谣言兴风作浪，看中的是网络强大的传播威力。如果网站论坛、通讯平台，都能在第一时间将谣言清理干净，谣言的传播也就失去了通道。

然而，一些网站出于经济利益的考量，却对造谣传谣的行为视而不见、放任自流；一些商业网站为了扩张业务，抢占市场，也对一些新产品疏于管理、对谣言反应迟缓；一些网站的从业人员为了个人利益，甚至为谣言的制造者提供帮助，助长谣言流布。这些都为谣言的发酵蔓延提供了便利，也严重损害了广大网民的权益和互联网行业的公信力。

特别是一些网站论坛、小网站为了迅速扩大知名度，聚集人气，不惜兜售制造噱头，大肆参与造谣传谣，甚至走“炒作路线”来扩张业务；一些机构和个人则利用网络发帖的匿名性和“零成本”，在网络上恶意诽谤他人、谋取个人私利、扰乱社会秩序。凡此种种，无一不在践踏网络空间的法律和道德底线。

谣言是社会的毒瘤，网络谣言因其传播更快更广，危害也更大。各种似是而非、危言耸听的谣言充斥网络空间，不仅给当事人带来工作压力、生活上的压力，也给广大网民获取信息带来困扰。更为重要的是，网络谣言一旦泛滥开来，将使人们失去对网络、对他人的信任，其结果必然导致“老不信”的心理暗示，导致“无限质疑”的思维惯性，进而严重破坏社会诚信、加剧社会隔膜、增加社会运行成本。

网络是公共信息平台，也是公共文化平台，倡导社会主义文化大发展大繁荣，不能没有健康、文明、有序的网络文化。中共十七届六中全会提出，要培养高度的文化自觉和文化自信，提高全民族文明素质。这对于各家网站而言，都能产生具体而微的启示，那就是：守法、负责、创新。

谣言止于智者，更止于互联网行业的自律。只有从源头上把住谣言滋生起祸的入口，才能从根本上消减网络谣言。首先，加强商业网站的自律至为关键，相关企业应当将社会责任融入日常管理和企业文化，内化为一种积极向上的动力；其次，应加强对网站从业人员职业道德建设，强化其职业准则和责任感；此外，还应完善对商业网站的外部监督和考核机制，对那些参与造谣传谣的网站，一定要追究其法律责任，绝不姑息。

继坚