

送份“廉”礼

高国春

新年寄语

俗话说：“人非草木，孰能无情？”人是有感情的高级动物，正常的人情是必要的，也是人类社会文明的一种标志。尤其我们中华民族是礼仪之邦，重情尚义历来是传统美德，人与人之间更重感情。每到春节，人们总喜欢带着礼物，捎上祝福，登门拜年，以表达彼此之间的深情厚谊。

应当说，情理之中的“礼”是必要的，也无可非议。然而，现实生活中我们有些人片面地认为“礼不重，情不深”或戴着“势利眼镜”来送年礼。因而，年礼的含“金”量倍增，而含“情”量陡降，使得年礼

变了“味”。究其原因，一方面是“利”字。我们有些人带着明显的功利目的，看人送年礼。对于那些能够决定自己命运或有事相求的当权者则不惜血本；而与自己利益不大的，就大相径庭了。另一方面是“比”字。在送年礼的过程中，我们有些人不是根据自己的经济实力，而是盲目攀比，使得年礼越来越“花”、越来越昂贵。殊不知，这样送年礼，有悖于我们中华民族艰苦朴素、勤俭节约的传统美德，成了人们的一种负担。

记得孔子曾教育自己的学生：“礼，与其奢也，宁俭”。唐代诗人李白也曾说过：“人生贵相知，何必金与钱”。要表达对长

辈、师长的培育之情；父母、兄弟、子女间的血缘之情；同事、部属、战友间的亲近之情，不在乎礼品的丰厚与否。报答父母的养育之恩，在于孝顺、在于父母有病时的耐心服侍、在于他们孤独时能够多陪说说话；回报老师的培育之情，在于自己学业上的不断进步；感谢领导的培养，在于工作上的支持；同事之间，在于正常的、纯洁的同志之情。本来，礼尚往来，情在其中。如今，有些人把情谊蜕变成赤裸裸的金钱交易，实行“利”尚往来，就破坏了人们之间的真诚情谊，败坏了纯朴的社会风气。

有道是：“千里送鹅毛，礼轻情义重”。桑塔亚那曾说过：“一个朋友的唯一礼物就

是他自己”，便道出了人际交往纯情的真谛。平时我们工作、学习较忙，春节放假时间相对较长，是走亲访友的好时机。虽然表达感情的方式有多种，但俭朴却是永恒的主题。因此，年礼不用多么昂贵，只要能表达感情就行。尤其是2009年以来，全球经济危机，经济状况不太好，更应该厉行节约，钱赚的有限，得省着、算着花。

近年来，新兴的“电话拜年”、“送贺卡拜年”、“送书拜年”等就不失为送“廉”礼的好形式。愿我们都能珍视“礼不在厚，友情为重”这一古朴民风，在春节拜年时，送份“廉”礼。

(作者系合肥市政法委干部)

老报人说

laobaorenshuo

实画实说

shihuashishuo

卖苹果也得“实名制”谁该脸红？

李清

《山东商报》

商户在装苹果的纸箱中灌入水泥，不但欺骗了消费者，侵害了他们的利益，更扰乱了正常市场秩序。在媒体对这一现象曝光之后，两家批发市场开始封杀“水泥苹果箱”，并对卖苹果实行“实名制”，无疑是亡羊补牢之举，能对造假行为起到一定制约。

然而，卖苹果也实行“实名制”，在笔者看来是一个莫大的悲哀，这样的现象绝非正常。想想，连几十元的简易包装苹果都要附“身份证明”，人们购物时还能相信什么？

众所周知，商场、超市里出售的工业制品，需要有规范的生产标识，但普通的生鲜水果之类，只有极少数优质品牌才有“名片”。批发市场卖的蔬菜水果，从来不需要“实名制”，因为它们品质往往一目了然。更重要的是，低价的生鲜产品搞“实名制”根本搞不过来。卖苹果要“实名制”，卖

梨、橘子呢？今后是否买把青菜，也要卖菜者给一张“身份证明”？

事实上，在笔者看来，两家批发市场对卖苹果实行“实名制”，也是被曝光后的临时无奈之举，很难长期坚持下去。原因有二：其一，既然装苹果的纸箱可以造假，纸箱的“身份证明”就不能吗？其二，消费者买一两箱苹果，尤其是买了送礼的，苹果或箱子被发现有问题，很难会去找经营者算账，毕竟成本较高，而且光有名字也难维权。

市场对卖苹果实行“实名制”，缘于出现了“水泥苹果箱”，而在装苹果纸箱中灌水泥，又是什么原因造成的呢？按照一些商户的说法，是因为苹果价格上涨，卖苹果不赚钱，只好使用“水泥纸箱”来增加重量。其实，真正的原因，无非一是经营者诚信缺失，二是市场管理者失职。现在，类似“水泥苹果箱”之类“营销创意”，正呈越来越多的趋势，如果只是推出卖苹果“实名制”之类，公众只能悲哀无望。

锐评

ruiping

开征房产税别误伤中产

邢京社

重庆即将开征房产税，消息来自正在召开的重庆市“两会”。据悉，财政部已经原则同意重庆开征商品房房产税，具体实施方案由地方政府制定，报财政部备案。重庆市正抓紧完善相关方案，有望在今年一季度出台文件开征高档商品房房产税。

房产税争议数年，重庆即将成为“第一个吃螃蟹”的城市。房产税一旦开了头，或许很快就会在全国推行。所以，重庆将对高档商品房如何开征房产税，不只是重庆市民关心，全国各地的民众也非常关注。

重庆开征房产税的方案尚未正式向社会公布，不过，近一年来征税方案内容也多有媒体报道。而回顾这段时间以来舆论最担心的问题恐怕有两个：一是开征高档商品房房产税会不会大规模误伤中产阶层；二是房产税一旦开征，地方政府会不会为了增收，而进一步扩大征收的对象和范围。

中产阶层上无富人之财力，下又不能享受政府的住房保障，可以说是商品房的消费主力军，是高房价的最主要承担者和“受害者”。房产税如果是为打击高房价而来，那么，中产就是最不应该受到打击的对

象。因此，对房产税开征标准的界定至关重要。标准过高，政策效果不明显；标准过低，那么就必然大范围波及中产。

此前有媒体报道称，重庆将高档商品房定义为平均房价的3倍，开征既按面积也按套数，别墅将直接开征。如果方案确实如此，那么，重庆方面有必要向公众解释，如此界定的理由，以及按照这样的标准将有多少重庆市民被课征房产税。实际上，不论最终确定什么样的标准，重庆方面都应该向公众一一列举出具体的理由和征税人的范围。如果税基过大，那么显然有很多中产是在误伤之列。

如何减少房产税对中产的误伤，除了制定合理的征税标准，还要在税率以及税收返还方面有必要的政策安排。一方面对那些符合征税标准的中产，不应课以重税；另一方面，对那些仅仅是房子较大而收入不高、家庭负担较重的中产家庭，应该有免税和退税条款。当然，这些都该公开、透明地运作。

房产税之所以备受争议，更重要的是因为，借打压房价开征房产税，为地方政府正式开辟了一个新财源。地方政府因房价

下降而减少的土地收益，将在房产税中得到弥补，而且在不远的将来，土地财政枯竭之后，通过扩大房产税的征收范围，又是不尽财源滚滚来。在当下征税程序并不十分规范的情况下，这种担心并非空穴来风。今天向高档商品房征了房产税，谁能保证明天不向中档商品房征收？

无论是什么地方开征房产税，都应该从制度设计上打消民众的这种疑虑，不能给地方政府过度创收留下政策后门。相对于具体的房产税征收方案设计，更重要的是如何限制地方政府征收房产税的权力。

征收房产税的权力不受约束，那么“误伤”的不仅是中产而可能是所有有房产的人。因此，令各界期待的是，重庆作为率先开征房产税的城市，不但要成为让房价回归理性的模范，更应当在自我限制征税的权力方面成为榜样。

即便一项税收有良善的动机，但是，向特定人群征税同样也触及公民权利的敏感神经。因此，地方政府向私产征税，必须要慎之又慎，要充分考虑到征税带来的社会后果，更要回应民众最集中的利益关切。



“契机”何其多

宜人

某领导会见一位外籍客人。事前已经知道，这次会见只是一般性接待，并没有什么实质内容。但寒暄一番之后，这位领导还是说，希望以这次会见为契机，加强联系云云。听了这话总觉得有些别扭，似这类礼节性的会见何来什么“契机”？

上网“搜”了一下，发现在各种活动中，“以……为契机”的提法真的很多很多。如：以培训为契机，以检查为契机，以创优为契机，以低碳指数为契机等等，不一而足。更离谱的还有以喜迎中秋节为契机，以“3·15”消费者权益保护日为契机。试想：这中秋节、“3·15”哪一年没有，假如年年这样“契机”下去，岂不没完没了？遍地都是契机，也就没有契机可言了。

翻了一下《辞海》，那里面的解释是“契机亦称‘环节’或‘瞬间’。事物发展或一事物转化为他事物的关键、枢纽、决定性的环节。在由量到质的转化过程中，契机就是关节点。”对照这个解释，不难看出，上面所举那些例句，有不少或牵强附会，或离题万里。“以……为契机”成了某些领导的习惯用语。究其原因，大致有二。一是有的人并未弄明白它的含义，就胡乱引用；二是有的人喜欢赶时髦，往往人云亦云。总之，这类现象折射出一种不健康的文风。

还有一些领导人，作报告，写总结，发文件，总是脱离不了一种八股腔，喜欢穿靴戴帽，老生常谈。在许多场合，都少不了一段“定式”的文字。“在××正确领导下，在××大力支持下，在××亲切关怀下……”，一整套内容，随处可见。试想，一篇千把字的文章，就有上百字重复过无数次的“定式”文字，怎能不令人生厌？

文风是领导作风的一种反映。文风不正势必影响领导作风。什么时候我们的公仆们在作报告，写总结，发文件时，能够少一些空话、大话、正确的废话，多一些清新鲜活，切合实际的语言，让文风有一个大的转变。

(作者系省老新闻工作者协会常务理事)