

晨报
论

公积金提取“打补丁”不如“重裁衣”

推荐

□房清江

28日,住建部、财政部、央行联合出台新规定,放宽职工提取住房公积金支付房租的条件。取消房租支出占家庭收入比例的限制,不需提供完税证明和租赁合同备案,也无需租金发票,只需职工连续足额缴存住房公积金满3个月,本人及配偶在缴存城市无自有住房且租房的,可提取双方住房公积金支付房租。(详见本报29日A1107版)

放宽职工提取住房公积金支付房租的条件,更好地发挥住房公积金的保障作用,对于缓解低收入群体租房经济压力无疑是个好消息。公积金支付房租是公积金主要用途之一,但提取难由来已久。此番的新规,有效突破了审批的管控,放宽了条件,简化了手续,只需要证明本人及配偶无房即可提取公积金,基本可以满足租房者提取的诉求。

与公积金提取相对应的是各地公积金沉睡,大量资金囤积,有钱花不出去。一方

面面临着资金贬值风险,另一方面对于一部分无需购房者,公积金成为能看不能吃的“画饼”,限制职工的消费能力,不利于改善和提高生活水平。之所以如此,原因在于公积金使用的范围过于狭窄且手续十分繁琐。

坦率来说,放宽公积金支付房租的提取条件,只是破解了其中的一个弊端。即使是按照公积金的“住房”定义,满足保障要义,除了购房贷款、支付房租之外,还有诸如物业费、购房契税、专项维修资金等与居住、购房密切相关,事实上也应当列入提取的范围之内。

况且,公积金是个人的财产,虽然有一定的强制性、互助性,但是相关的管理应当属于委托管理的性质,不能等同于行政资源的管控,要在兼顾公积金的保障特性的前提下,充分赋予居民选择权,通过有效的选择来实现权益的对等,以及保障的实质化。比

如,可设立公积金返还机制,缴费至一定的年限,可申请按比例返还部分,视同居民解决与住房相关的问题。同时,公积金返还与贷款有排他性,即申请贷款不得申请返还,而申请返还在一定期限内不得申请贷款。通过弹性的选择,把更多决定权交给居民,一揽子解决提取难题,不仅可以减轻管理的压力,还可以有效规避账户贬值的风险。

三部门有关提取公积金支付房租的“新规”,虽然是对《住房公积金管理条例》的部分修改和完善,有一定的针对性,但是这种打补丁的方式,既不是对该法规程序上的修订,也没有扭转公积金管理思路上的积弊,还属于头痛医头、脚痛医脚的治标之举。公积金制度需要顺应时代的发展,满足法治的要求,推动立法的顶层设计,屡屡履约的《住房公积金管理条例》修订还是应当提上议事日程。

声音

淘汰制不等于须有公务员被解聘

□何勇

28日,深圳市委组织部与市人社局共同制定了《深圳市聘任制公务员聘任合同管理办法(试行)》,明确规定14种解聘情形,解聘程序也被明确,减少不公平因素。用人单位违规聘用及解聘聘任制公务员的,将被责令纠正,违规者还将被处分。

(据1月29日《南方都市报》)近年来,各地为了打破公务员“铁饭碗”和“终身制”,加快公务员队伍的流动,试行“瓷饭碗”的聘任制公务员,而且聘任制公务员规模越来越大。但是,从各地试行聘任制公务员状况来看,解聘的聘任制公务员太少,甚至是零解聘,饱受外界质疑。

深圳市对于聘任制公务员管理,正式引入淘汰机制,对于考核不合格、犯错误等情形的聘任制公务员及时给予解聘处理。毫无疑问,这就让聘任制公务员解聘的出口更畅通,从制度上真正打破了聘任制公务员的“铁

饭碗”,让聘任制公务员“能进能出”,真正回归“瓷饭碗”角色。进而进一步强化了聘任制公务员的职业危机感,更能激发聘任制公务员的职业精神和责任感,倒逼聘任制公务员更加规范手中权力的行使和工作效能的提高。

然而,聘任制公务员管理引进淘汰机制,不能简单地理解为“末位淘汰制”,更不等于就必须有聘任制公务员被解聘才符合淘汰机制。聘任制公务员淘汰机制,只是说符合淘汰机制规定的要淘汰出去,不符合淘汰机制规定的就该保留下来。换句话说,聘任制公务员引进淘汰机制之后,仍然可能出现多年“零解聘”的局面,仍然可能是没有一名聘任制公务员被解聘。

道理不难理解,聘任制公务员总体数量较少,对他们的管理比普通公务员又要严格一些。而且,聘任制公务员主要集中于专业技术类岗位,手中的自由裁量权相对比较

小,主要听命于上级领导,意味着聘任制公务员犯错的机会也少。这就决定了聘任制公务员考核不合格、违法乱纪等符合聘任制公务员被解聘条件的概率比较小,被解聘的可能性当然也不太大。说白了,聘任制公务员有可能人人都是遵纪守法、尽职尽责的合格的公务员,对他们进行解聘当然没有道理。

事实上加快公务员队伍的流动,关键是对于非聘任制的公务员的管理要强化淘汰机制,严格落实《公务员法》中有关公务员考核和退出规定,对于不合格的公务员要及时清理出公务员队伍,不能把聘任制公务员当成解决公务员“能进能出”难题的灵丹妙药。另一方面,不管是对公务员的考核管理,还是对聘任制公务员的考核管理,都必须引入民意测评机制,考核过程和结果要对社会公开,接受公众监督,才能保障考核的真实性、公平性、公正性。

微信,还记得自己的初心吗?

上周,微信团队进行了微信朋友圈的广告测试,用小清新的方式宣告微信准备下海,也带红了“广告是生活的一部分”这句广告语,流量变现的时候已经到来。

该来的,总会来。
4年来,微信迅速成长为国内第一大社交应用,但广告营收却一直一直是微信隐隐的痛。天下没人愿做赔本的生意,从这个意义上来说,微信做广告无可厚非,搭台唱戏还白送票这样的事互联网上不是没有过,但做成第一了还在做的就不多了。进一步说,今天的朋友圈广告早就已经泛滥了,微商、微店、海淘……这些寄生在朋友圈里的应用早就赚得盆满钵满,再多一个官方广告,也沉沦不到哪去。问题在于,在把用户当做最核心资源的互联网时代,是用户在消费产品,还是产品在消费用户?换句话说,用户资源做大了,就一定要宰了吃吗?

“重社交、轻媒体”一直是微信架构的基础。观察这几年微信的发展,一直在与一些概念先行的产品保持着适度的距离,推出新功能也都显得相当克制与谨慎。因为要壮大用户资源、培养用户黏度,必须时刻以用户需求为导向,谨慎维系用户体验与商业需求之间的关系。欲速则不达,背离产品设计初衷,把简单的事情做复杂,往往会适得其反。

“初心”是最近经常听到的一个词,在互联网上,初心是一段旅程的原点,是一款产品诞生的起点,是一场革新梦想发芽的地方。对微信来说,用它的开发者和负责人张小龙的话说,初心就是一套“消息系统”,是建立在人类交流和分享本能上的一种延伸。今天,已经做大的微信要雄心勃勃地做移动互联网的唯一入口,不知道他们的团队是否还记得用户们那些小小的交流和分享的心愿。

广告不是生活的一部分,广告是商品的一部分,不是用户的一部分。不忘初心,方得始终,希望微信能在商业和用户之间找到一个恰当的平衡,不要让用户看着满屏的广告,点击“屏蔽”,然后默默转身离开。(据《人民日报》)

值此新春佳节来临之际,古河州酒业
恭祝大家新年快乐、万事如意、幸福安康

古河州系列
中华牡丹系列
星级系列
刘家峡系列

甘肃古河州酒业出品 服务热线: 0931-8859520 8859567