

# 养老抚养比不升反降的警示

冯海宁

人力资源和社会保障部26日披露了2003—2012年全国企业职工基本养老保险情况。据统计,10年间职工养老保险参保总人数年均增长8.2%;养老抚养比(参保职工人数/离退休人数)在2012年达到3.09,年均增长0.7%。

这些数据向我们清晰地展示了养老发展状况。坦率说,这些数据让人对未来养老压力颇感忧虑。比如,尽管到2012年底养老保险基金累计结余22968亿元,看起来是天文数字,但如果专家所言,按去年支出14009亿元计算,只够用一年多时间,前景并不是很乐观。而养老抚养比不升反降,意味着国家和职工的养老压力都很大。

数据显示,2011年是3.16名参保职工养1个退休职工,而到了去

年,变成了3.09名职工养1个退休职工。显然,养老抚养比是逐步下降的。而据人社部副部长胡晓义预计,到2050年1.5个职工就要养一个退休人员。这意味着养老抚养比今后还会继续下降,未来的职工将承受更沉重的养老负担。如何在今天提前为明天减负,是当下我们必须思考的问题。

尽管目前我们已经在为未来养老布局,比如,放开“单独两孩”为未来增加劳动人口,即增加未来职工人数。再比如,推行延迟退休政策,将减少养老金支出、减缓离退休人数增长。又如,目前发展多元化养老格局,以减轻职工养老负担等。但是,目前所作所为究竟能为未来减轻多少养老压力,还有待观察。养老抚养比下降,其实是提醒有关各方主动承担

养老责任。

养老抚养比不升反降,实际上反映的是职工的养老负担和责任在增加。显然,不能只是职工来承担养老责任,政府及企业也应该承担相应的责任。由于职工不是社会财富分配的主导者,不能为未来养老进行更多投资;也由于职工不是养老改革的主导者,难以决定养老政策,所以,面对“抚养比不升反降”这样的事实,亟待有关方面明确政府和企业的养老责任。

虽然基本养老保险费是由企业和被保险人按不同缴费比例共同缴纳的,企业在职工养老方面到了一定责任,但是,企业还有必要发挥更大的作用,因为职工与企业相比,职工抗风险能力弱、企业抗风险能力强,所以要发挥强势一方的作用。

目前,部分企业已经在推行企业年金制度,但这样的企业太少,应该强制所有的企业实行企业年金制度,为本企业职工提供部分退休收入保障。

尤其是国企,更应该多承担养老责任。这是因为养老金缺口与当初的国企改革有关,即国企改革造成3000多万退休职工无法养老,不得不采取“现收现付制”,用正在工作的人缴纳的养老金来支付现有退休人员退休金,个人账户仅仅记账,最终形成了养老金个人账户缺口。目前国企虽然上缴红利,但比例很低,而且红利大多用于返还国企本身,没有真正用于养老。据悉,十八届三中全会提出2020年国企红利上缴30%,还应该明确国企红利用于养老的比例。

尤其是,养老改革的主导权在政府,政府应该承担更多养老责任,既要对未来养老进行“顶层设计”,又要千方百计鼓励多元化养老,更要扮演为养老兜底的角色。从目前情况来看,政府承担的养老责任远远不够,比如,在养老方面投入不够——例如,中国对包括养老在内的整个社保的投入仅占财政的7.5%,远低于德国的55.5%、加拿大的45.6%、美国的30.2%。

养老抚养比不升反降,不仅是在警示职工要做好承担更多养老责任的准备,也在警示企业、政府要有更多作为。企业不仅要为职工缴纳包括养老保险在内的社保,而且还要积极探索包括企业年金在内的多种养老保障举措,而政府和国家,既要激励市场发挥养老功能,更要大力发展公共养老。

## 儿童有多脆弱 社会离文明就有多远

吴帅

上海松江男婴失踪案告破!孩子尸体在家中洗衣机里被发现,嫌疑人是孩子伯母雷某。经警方审讯,雷某交代了因家庭纠纷导致心理失衡,将男婴杀害并藏匿于洗衣机中的犯罪事实。

(11月28日《新闻晨报》)有人说,2013年,这是中国的儿童最受伤害的一年。从长春男婴被毒死、山西女童被伯母挖去双眼、北京两岁男婴被摔死、林州男婴被一名警察摔成重伤、昆明一名男婴在车内被出车房的奥迪车夹死……再到眼前的上海松江男婴案,频频发生的惨剧在印证着这样的观点。

今年,全球儿童安全组织发布的一项调查曾显示,在中国,每年有近5万名儿童因意外伤害而失去生命。触目惊心的案例和数据在证明一件事情,儿童的生命依然很脆弱。背后很大一个原因,是监管不力。

有来自家庭父母的失职,他们没有很好地管好孩子的人身安全;有政府监管的不力,国家《未成年保护法》象征意义大于实际,这部法律没有很好地保护到那些娇嫩而脆弱的生命。有社会民众的责任,人们经常对眼皮下那些陷于危险环境的儿童熟视无睹,忽略了安全的必要性和重要性。

可怕的不仅仅是灾难的发生,而是整个社会在灾难面前的束手无策,毫无作为,甚至是对此习以为常。谴责和怒斥时常是对待这种悲剧的主要方式,但实际上,单纯的谴责并不能减少悲剧的发生。因为谴责的力量是短暂的,人们不可能一直生活在愤怒当中,错误的思想和行为一旦没有得到有效的力量对抗与制止,卷土重来只是时间问题。一再发生剧情雷同的儿童悲剧,已经有力地证明了这件事。

悲剧面前,也许有两种选择。一个选择是,继续由惯性和懒惰,还有愚蠢的漠不关心和自私主宰,把眼皮下不断生产出来的伤害当成正常的意外,把它描绘成一个“可怜的孩子碰到了个恶婆”的老套故事,抱着侥幸的想法,把它视为那遥远的故事。

为了确保国家《未成年人保护法》得到执行,政府必须组织更多的专业机构和人才,提供专门做这件事情的资金,使法律得到有力的执行,去履行管理者的责任。社会每个人都应该加入到保护儿童的行列中来,对身边那些不安全并且正在伤害孩子安全的行为说不。这是另一个选择,也是一个能够让儿童人身安全起来的明智选择。

文明的社会,首先应该是一个安全的社会,在所有的安全工作中,儿童安全应该是社会建设的重中之重,让他们能够得到一种足够扎实的保障。儿童安全的脆弱状况如果继续维系,那只能证明,社会离文明还很遥远。

来稿邮箱: zjrbplb@sina.com

## 先读懂改革 再研究如何深化改革

谭浩俊

随着十八届三中全会的召开以及关于进一步深化改革决定的发布,有关改革的话题,也成了当前最为热门的话题之一。

要深化改革,要将改革比较顺利地向前推进,还是要先读懂改革,读懂为什么要深化改革、如何才能深化改革。否则,只能以其昏昏、使人昭昭。

要读懂改革,首先不能意气用事。虽然邓小平同志说,改革是一条前人没有走过的路,要摸着石头过河。但是,这并不是说,可以不顾客观经济规律,不顾国家和人民利益,不顾可能出现的矛盾和问题,意气用事,盲目作为。

事实上,从过去三十多年改革的情况来看,凡是尊重客观经济规律、尊重经济发展实际、尊重老百姓意愿的改革,都是成功的。反之,则很难取得成功,甚至给国家和人民利益造成了很大的损失。所以,在深化改革过程中,切不可意气用事,切不可为了一时之需、局部之需,甚至个人之需,置全局利益、长远利益、群众利益于不顾。

要读懂改革,就要严防死守屁股指挥大脑。值得注意的是,在前面的改革中,出现了这样一种现象,那就是屁股指挥大脑。当自己处于改革一方时,拼命高呼要改革,要加大改革力度、加快改革步伐。否则,就是保守派,就是计划经济意识太浓。但是,当改革让他们成为既得利益者后,又迅速成为改革的阻力,成为需要攻破的堡垒,成为标准的屁股指挥大脑。

显然,在新一轮改革中,需要突破的最大障碍、冲破的最大藩篱,就是在新一轮改革中受益最多的那部分群体,或者说既得利益者。

相反,如果这部分群体能够拥有当年改革时的热情,改革时的决心、改革时的胸怀,今天的改革,或许就会阻力大减。甚至可以说,只要对某些方面作些高速和完善就行了。遗憾的是,这部分群体已经完全失去了改革者的风范,失去了进一步深化改革的勇气。他们的屁股,已经完全坐到了被改革者的一边。

于是,如何读懂改革,如何在深化改革过程中不再出现屁股指挥大脑的现象,就成了新一轮改革最大的难题之一,也是必须攻克之难题之一。

要读懂改革,还要防止一蹴而就的思想。深化改革的号角已经吹响,不管会遇到怎样的风浪,也不管会产生多大的阻力,改革的目标决不会再改变。

但是,需要注意和把握的是,在深化改革过程中,一定要防止一蹴而就的思想。因为,越是到改革的“深水区”,越要处理好各方面的关系,掌握改革的节奏,把握好改革的所有,而不能寄希望于一夜之间将所有的难题都解决好。

过去的三十年,能够在改革问题上,没有出现大的风波、产生大的震荡,就是对改革过程中可能出现的矛盾和问题,进行了充分的分析与评估,制定了切实可行的操作方案。

新一轮改革,毫无疑问应当吸取前一轮改革的经验,不要产生一蹴而就的思想,不要将希望寄托在大刀阔斧、急风暴雨式改革上。如国有企业改革,就必须按照公有制为主体地位、国有经济起主导作用的目标不变,有计划、有步骤地推进国有企业改革;如财税体制改革和收入分配制度改革,则应坚持国家、企业和个人三者利益协调的原则,而不是非此即彼,从一个极端走向另一个极端;又如金融体制改革,则必须严格按照经济与金融关系协调的目标向前推进,而不是简单地向民间资本开放。等等!

总之,要深化改革,要将改革有序地向前推进,就必须首先读懂改革,读懂改革的含义,理解改革的真谛,而不是想当然,凭一时热情,甚至冲动。

## 假日安排,分好蛋糕还要做大蛋糕

邓海建



话外有画

全国假日办27日在人民网等网站公布了三套法定节假日调休安排方案,并再次公开征求意见。上个月10日,全国假日办也发布了《关于法定节假日放假安排的调查问卷》,向社会征集意见,引起公众的广泛热议。

随着被称为“史上最坑爹”的2013年假日安排即将“寿终正寝”,公众对假日制度倾注了更多的关注与思考。八成网友不满意,征集意见首日近200万人次参与……这些数字足以令人浮想联翩。

近日公布的三套方案赢得了不少掌声。客观地说,这是行政作为的进步;一者,从闭门造车到开门纳谏,有利于放假决策的科学化与民主化;二者,从具体方案上看,三个版本尽管新意不多,但总算从“单选”走向“多选”,公开博弈,起码能消弭一些怨言。

只是,按照惯例,年底放假方

案就要出来了,除了“三选一”,回旋的余地似乎并不大。但眼下公众的期待似乎还有以下三个层面:

一是就现有方案来说,与其僵化地“三选一”,不如有机整合,汲取各个版本中的长处。有三位专家在面对三个版本的放假方案时,就给出了三个截然不同的选择,指出这三种方案各有所长,更希望能取长补短,实现效益最大化。因此,做好三方案的排列组合,也许比单纯“三选一”更深入人心。

二是能否少些拼假痕迹。今年民众最大的呼声,就是要求“拼假淡出假日界”。但纵观三个方案,后两个的缺陷仍然是频繁调休双休日,如果继续“凌乱”下去,难保2014年假日过后还是怨声一片。

三是希望假日安排不要搞成“朝三暮四”的游戏。经济发展了,生活提高了,假日数量似乎还是捉襟见肘。正因为总量没变、蛋糕没大,分起来才格外纠结。中国的假日总数相比西方要少得多,而对于春节这样举国同庆的传统佳节,七

天假期也让人难以尽享传统风俗中完整的过年韵味,“春节假期增长”成为近年来呼声日高的一项提议。

此外,如何让假日安排不再成为“大锅饭”也是热门话题。各行业、各地区都有自己的特点,如果能做到“和而不同”,也许更能照顾

到不同群体的休假权益。

此前,有关“中国员工最不敬业”的说法甚嚣尘上,在笔者看来,中国人最勤劳却最不敬业的尴尬,与休息休假权的虚化大有关联。趁着征集民意的契机,读懂民众对放假安排的价值期待,也许纾解的就不只是一个放假心情的问题了。



## 国企年会别走另一种极端

张永琪

年终临近,正是国企年会预订高峰。往年,北京温泉酒店、五星级饭店都是一房难求。今年,多家星级酒店、年会策划公司均表示,国企年会大幅减少。有的企业和政府部门早早打来电话说,今年停办年会。也有企业年会从简,奖品从往年的iPad变成了毛巾、牙膏。

(11月28日《新京报》) 国企年会由大操大办,转身变为节俭或有节制举办,这是一种新

的变化。此前,由于企业对年会越来越重视,年会规模越来越大,档次越来越高,形式上也向正规晚会靠拢,搭台布景,追求豪华,有的甚至出高价请专门策划公司负责邀请助兴节目。不仅浪费了国家钱财,而且还助推了奢靡浪费之风。

今年,北京多家国企年会大幅减少,有的甚至停办。而准备继续举办年会的国企,也是一改大手大脚花钱的习惯,能省则节省,能少花

钱则少花钱,以致让高烧不退的温泉酒店、五星级饭店门庭冷落,生意清淡。这种变化应是好事,与中央严抓四风当然有关,相关国企闻风而动,这样的举动对了。

国企奢华办年会不可取,但停办同样也不该。企业不同党政机关,一年结束之时举办一次年会,总结工作,表彰先进,可以联络感情,鼓舞士气。当然,举办年会,未必要选择温泉酒店、五星级饭店等高档场

所,也不可比拼烧钱,觉得烧钱越多才越气派,规格越高才越成功。但直接停办年会,却是曲解了中央严抓四风的精髓,从一个极端走向了另一个极端,不仅不利准确落实中央严抓四风,而且也不利企业可持续发展。

年终还有一段时间。那些走极端或准备走极端对待年会的国企,可以利用这段时间认真思考一下,看看年会根据到底要不要办,要办该怎么办,怎么办才真正节俭,又不失气氛热烈,以达到有助于企业发展的目的。国企年会办健康了,对员工产生了激励作用,为其花出的钱才真正用得其所。

## 给“第一品牌”加分

——访省政协委员、江苏堂皇集团董事长荆玉堂

马温

中国刺绣类家纺行业的领军人物是谁?是“堂皇”。

中国刺绣类家纺行业的第一品牌是谁?还是“堂皇”。

江苏堂皇集团历经三十年奋斗似乎修成了正果。堂皇是中国家纺行业协会副会长单位,这是行业名望;堂皇参与起草过多项国家行业标准,这是科技实力;堂皇先后获得过“中国驰名商标”“中国名牌”“国家免检”“全国纺织行业重点跟踪和培育的自主品牌”“江苏省重点培育和发展国际知名品牌”“国家级高新技术企业”等多项荣誉,这是品牌优势。

对一个企业而言,这无疑是成功的标志。可是,堂皇的掌门人荆玉堂却显得异常冷静。连续三年,每年开总结大会,荆玉堂都会说一句同样的话:“要给‘第一品牌’加分!”

堂皇人还注意到,连续三年的总结报告,荆玉堂在形容中国纺市场形势时,都使用了“寒冬”这个词。

为什么要给品牌加分,是因为形势严峻,挑战空前,竞争激烈。今天是第一,明天呢,可能就有对手超过你。

也因此,面对行业排序,面对第一品牌和领军人物的美誉,荆玉堂始终保持清醒,不深度陶醉,不迷失方向。

他并不隐讳这个事实,在连续几年的寒流袭击下,堂皇的部分目标没有实现。相反,他这样告诫他的团队:在市场的疾风骤雨中,堂皇困惑过,跟踪过,但堂皇始终没有气馁过,我们的任务,就是让堂皇更加强大。

没有他途,只能靠品牌。随着中国经济的飞速成长和消费心理的日趋成熟,家纺市场已由过去的“奖牌时代”进入如今的“品牌时代”。靠一块奖牌就能混迹市场、吃香喝辣的好日子已经一去不复返,奖牌是上级部门发的,而品牌要靠市场认可。只有不断地擦拭,不断地加分,这样的品牌才是常青藤,才不会在频繁残酷的洗牌中消失,才具有长久的领军优势和第一能量。

怎样给品牌加分,来抵御寒冬迎春色呢?荆玉堂侧重抓了三条。

一是抓研发。在南京,在上海,堂皇拥有自己的研发中心,这两个点,汇聚了省会和全国一流的设计资源,

堂皇并不满足,又一步跨到法国,在时尚之都巴黎设立研发中心,和世界顶尖家纺设计潮流实现了亲密接触,全球最新潮的设计手法,最新款的家纺产品,最新型的原辅材料,这些时尚资讯,几天之内就能传到堂皇。通过这三个研发中心,堂皇等于将时尚握在了自己手中。堂皇每年将销售总额的5%用于研发,每年开发的新花型、新款式达三百多个,做到了“天天有新样,月月有新款”。这些新品,有一部分为堂皇自身利用,确保企业在行业中的领先地位;还有一部分,进行知识产权转让,通过成果转化,实现资源共享。凭借强大的研发能力,堂皇成为新设计、新理念的输出者和新时尚、新潮流的发布台。坐落于江南古镇的堂皇,不显山,不露水,成为中国乃至世界家纺业的风向标。

二是抓市场。堂皇拥有四大品牌,一是国内著名家纺品牌“堂皇家纺”,二是专业健康纺织品牌“全球康”,三是澳洲专业羊毛制品品牌“澳泰莱”,四是时尚简约品牌“32°LIFE”。四大品牌,组成一个矩阵,能

够满足不同层次消费群体的需求。堂皇产品远销日本、美国、法国、意大利等多个国家和地区,为全球数百万家庭提供了优雅舒适的高品质生活方式。2013年,堂皇投入巨资制作的全新品牌形象片《中国美·堂皇绣》登陆央视,品牌的知名度影响着消费者的审美情趣和购买意向,而持续扩大的市场份额又提高了品牌的知名度。

三是抓制造。过去堂皇专注于做生产经营型企业,现在堂皇正在进行意义深刻的转型。荆玉堂说,堂皇是优势品牌的拥有者,堂皇不能做低附加价值的生产车间,要通过品牌授权和潮流发布,获取更大的利润空间。堂皇有本部和连云港两个制造基地,本部产能约占总量的60%。今后,这个比例还要降低。释放和转移走低效能,堂皇本部才能专心致志地走高端路线。

在镇江,堂皇是走品牌发展之路最早的企业,是最早获得中国驰名商标的企业,是品牌影响力最好的企业。如今,荆玉堂给品牌加分的理念和实践,引领堂皇品牌建设走向新征途!

