

应想方设法实现个税改革核心追求

如何推动普惠式养老金

□ 龙之朱

今年全国两会上，全国人大代表周金波建议，参照当地最低生活保障标准，建立普惠式基础养老金制度，让年满65周岁且无养老金的老年人群拥有固定收入，满足基本生活需求。利用3-5年时间，实现普惠式基础养老金制度全覆盖。

这份建议一经报道，迅速引发广泛共鸣。这是因为建议触碰到了社会由来已久的一个“痛点”——直到现在，仍有相当一部分游离于养老金系统之外的老年人。他们有的生活在城市，因为这样那样的原因未能获得养老金，而其中的更多人则生活在农村地区。

近年来，农民收入普遍增加，生活水平也变得更高。不过，因为没有养老金这样的固定收入，不少老年农民的生活仍很辛苦。其中一些老人有病不敢去就医，七八十岁了还要下地干活儿。即便不依赖于子女，也要忍气吞声，生活缺乏尊严和体面。

农民养老主要靠年轻时的积累或子女奉养，是由来已久的“社会定式”，但“定式”并非不能改变、不该改变。一个越来越富强的社会，理应想方设法让每一个老人都能老有所养、老有所依，都能体面地安度晚年。

权威数据显示，目前国内享受城镇职工基本养老保险或城乡居民基本养老保险的人口，合计超过10亿。而2023年年末全国共有664万人享受城市最低生活保障，3399万人享受农村最低生活保障，435万人享受农村特困人员救助供养。这意味着，有相当数量的老人，是靠低保、特困救助等政策帮助来填补生计。

具体有多少60岁以上且无养老金的老人？如何设定养老金标准？财政分担机制如何确定？如何将之前的低保、特困救助等等资金，以及其他扶贫困难的资金统筹一下，规模如何？缺口有多大？

这些都需要科学研判、统筹考虑、协调解决。财政如何安排、产业如何协同、政府如何建章立制等等，都不是能一蹴而就的事，有待于有关部门稳步推进。

这也提醒有关各方，巩固脱贫攻坚胜利成果，不妨考虑相应的制度性构建。比如，是不是考虑将之前零散、机动、项目性的投入，部分转化为针对具体个体的庇护，把无退休、无退休金的农村老人纳入制度的体系，以稳定、确定的养老金制度把他们兜起来。

当然，客观而言，一旦启动基础性基础养老金制度，必然涉及到一个关键问题：钱从哪儿来？统计数据示，截至2023年年底，我国共有65岁以上人口21676万人，占全国人口的15.4%。这中间究竟有多少65岁以上、无养老金的老人？如果对其全面发放基础养老金，想必不是一个小数目。但无论如何，对无保障老人提供基本养老保障，是政策应有的善意。有关各方不妨科学研判，在有条件的情况下积极稳妥推进。

□ 伍里川

据《浙江日报》报道，一份《当代年轻人“金庸成分”报告》显示，95后、00后人群中，读过金庸小说或看过相关影视剧的比例分别超过九成、接近八成。浙江图书馆从侧面印证这个数据大致准确。每年，金庸都能进入年度最受读者欢迎作者排行榜前5位。很多年轻人现在不仅会读金庸，也会用自己的方式解读金庸，表达自己的武侠观、生活观。

经典之作在人心深处构筑起独特的“射雕”文化现象，历久弥新。但是，如果说，之前解读金庸的方式主要集中于读原著、观看影视剧的话，那么，现在很多年轻人解读金庸、品味武侠的方式要更为多元。例如，在短视频平台，以“射雕”为关键词的短视频内容，吸引了很多年轻人的关注。此外，不少年轻人也喜欢听关于金庸的播客

□ 熊志

3月1日起，交通运输部新修订的《快递市场管理办法》正式施行。按照新规，快递企业如有未经用户同意擅自使用智能快件箱、快递服务站等方式投递快件等情形，最高将被处罚3万元。

在很长一段时间里，快递不送货上门，似乎成了行业默认规则，消费者吐槽已久，快递新规终于在舆论呼声中落地。然而从市场反应来看，快递服务的供需两端，却有着不同反应。

消费者叫好的另一面，是一线快递员的为难。一律送货上门，意味着工作量的提升，派送效率会大幅下降，直接影响到快递员收入。据悉，部分快递公司出现快递员离职现象。据海报新闻报道，消费者所期待的送货上门，似乎并没有全面落地，有的快

□ 杨鑫宇

今年全国两会期间，多名全国人大代表建议提高个税起征点，再次引发社会热议。其中，全国人大代表、格力电器董事长董明珠建议将个税起征点提高到1万元，全国人大代表、盐津铺子董事长张学武则建议将个税起征点提高到8000元。

这些代表的建议，很快登上网络热搜榜。由于个税调整直接关系到工薪阶层的收入水平，不少网友大力点赞，希望有关部门采纳相关建议。与此同时，学界也有声音表示支持。经济学家、清华大学社会科学学院教授李稻葵分析称：起征点提

高，可以直接带来实际可支配收入的提高，消费增加会带来乘数效应，拉动经济增长，中央政府通过流转增加的财政税收也会提高，“现在是时候将个税起征点从每月5000元提高到1万元了”。

客观来说，个税起征点是否需要进一步提高，无疑需要有一个更深入的讨论与研究过程。在这个过程中，既需要有关部门广开言路，积极听取社会各界的意见，也需要更多专业人士对各种方案展开全面评估与比较，进而为最终决策提供充分的参考依据。

我国上次展开个税改革是在2018年，在这之前，相关建议不仅在舆论场上得到充分讨论，也多次成为全国两会上的焦点话题。就此而言，董明珠、张学武等代表今

年提出的建议，更像是一个引子。今后一段时间的讨论，才是真正可能影响我国个税政策改革方向的“重头戏”。当我们讨论“提高个税起征点”的话题时，真正值得讨论的，显然不只是“支持还是反对”这么简单。个税起征点和阶梯税率的变化，影响的也不仅是上班族每月多交或少交多少税，而是与整个国民经济大循环息息相关。

就个人而言，谁都希望领工资时能少交点税，自己的钱包鼓了，也能多些余钱用于消费。不过，在自己的得失之外，也要注意到个人所得税的收入调节属性——如有减税，还应尽可能多让低收入群体享受到减税的实惠；与此相对，高收入群体则应承担相对更大的纳税责任。在研究提高个税

起征点的幅度时，只有充分考虑国民收入情况，合理确定个税覆盖范围和累进幅度，让再分配有效改善初次分配的公平性，才能确保改革真正惠及广大人民。

对个人所得税相关政策而言，起征点的高低，是最直观也最容易引发关注的指标。但事实上，除了调整起征点外，个税改革还有很多其他路径，同样值得研究论证。

比如，要减轻工薪阶层税负，近年来惠及面越来越大的个税专项附加扣除就大有文章可做。当前，个人所得税专项附加扣除范围，已经囊括了子女教育、大病医疗、房屋租金、赡养老人等一系列支出项目。在未来，为了有针对性地减轻纳税人生活负担，还可以将更多项目涵盖进来，或

是提高既有项目的扣除额度。

在设法给普通人减轻税负的同时，如何合理设置税收结构，也是一个值得研究的问题。比如，高收入群体的收入往往不局限于工资收入，同时还包括大额劳务、资本利得、房租收入等，这部分收入的计税与征管方式，仍有进一步优化的空间。

把个税起征点提高到8000元也好，1万元也罢，都只是一个说法。要衡量这些建议的可行性，归根结底要看这样的措施是否有助于税收发挥财富再分配作用，一方面促进发展，让民众“腰包更鼓”、更有获得感；一方面保障公平，减轻贫富差距促进社会和谐。想方设法实现这些目标，应是个税改革工作的核心追求。

告别“好学生”心态 建立自己的价值坐标

□ 土土城

“感到内耗、迷茫、挫败、虚无……”近日，《三联生活周刊》刊发的一篇读者投稿，在网上引发关注。这位署名“栗子树”的作者，从小就是别人眼里的“好学生”，最常听到的褒奖是“优秀”，然而在工作以后却发现找不到自己的价值。在网上，“工作后好学生发现自己得不到表扬了”成为热议话题。

按照常理，优秀的人在哪儿都能闪闪发光，那么，为什么有些“好学生”在进入社会以后，会连连遭遇挫败呢？网友“栗子树”诉说道：“这些工作似乎并不需要过高的专业水准就可以完成，也很难在这些工作的成果中区分出孰优孰劣……习惯了‘争优争先’的我，始终感到焦虑和苦闷。没有了考试和第一名，我最常和妈妈吐槽的一句话就是，‘我觉得我一点用都没有’。”

说到“好学生”步入社会后遇到的挫败，很多人会想到“高分低能”这个说法。其实，这样的概括过于简单粗暴了，事实还有更多值得探讨的地方。翻看网络，会发现类似的话题并不是第一次引发讨论。在豆瓣上，有人建立了“好学生心态受害者”小组，许多曾经的“好学生”在这里吐露心声，讲述自己在职场中的困惑、挫折、焦虑。这种心态与“栗子树”的案例有诸多暗合之处。

传统意义上的“好学生”，最明显的特点就是学习成绩好。再具体一点，就是考试分数高，能在各种比赛中超越对手、拿到大奖。在校园里，仅凭这一点就能让一个学生获得不少肯定和赞美，因为学校的评价标准是相对单一的。作为一名学生，似乎只要做好“学习”这件事，其他事情都不用操心。但是，进入职场以后，评价体系就要复杂

遏制虐待动物 立法需要形成生态文明共识

□ 周威

今年全国两会，青少年心理健康问题再次成为代表委员热议的焦点。据媒体报道，全国人大代表赵皖平此次带来了《关于建立动物检察机制密未成年入保护法的建议》。他呼吁严厉制裁滥杀、滥捕、虐待动物行为，多学科联动生命教育，增强中小学生动物保护意识，使孩子们从小树立尊重和保护生命的意识。

随着我国社会经济飞速发展，除了传统的保护野生动物、饲养经济动物、实验动物等产生有价值的动物之外，以猫狗为代表的伴侣动物也大量进入我们的生活。随之也产生了很多矛盾和观点的冲突对立。特别在是否需要立法保护以宠物为代表的家养动物，如何平衡文明养宠和不养宠物人群的合法权益等方面，都存在一定争议。

心理学研究表明，人类对动物的态度在很大程度上反映了人与人之间同理心和道德修养。一个人如果能仁慈对待脆弱的生命，就更容易对其他人表现出友善和同情；反之，虐待动物则说明其缺乏同理心，更有可能转化为伤害弱小的反社会行为。虐待动物实际上是心理疾病的一种表征，如果任其发展，将给未成年人的心理健康带来难以逆转的创伤。一些案例显示，部分重大犯罪分子如连环杀手在青少年时期就有严重虐待动物的前科，如果对年轻人身上的心理健康预警信号视而不见，将给社会带来难以预估的危害。

除了危及个体心理健康外，虐待动物也会在社会层面造成不良影响。比如，在某些非法斗狗、斗鸡场所，组织



减负是近年来教育领域的热门话题。2024年全国两会期间，有关减负的讨论正从课堂上延伸到课堂外。多位代表委员建言，把师生从繁重的非课业负担中解放出来，让师生轻装上阵。漫画：徐简

App套路用户 实为作茧自缚

□ 刘婷婷

近日，#有些App别再硬砸钱了#登上热搜榜，引发网友热议。开了会员也去不掉的广告、层层嵌套的用户协议，同意容易取消难的自动续费，不管什么App都要开相机、位置、通讯录权限……话题所谈到的App乱象，戳到了许多网友的“痛处”。（央视网3月11日）

一些App运营商可能振振有词：“我都是依法操作的，哪里还有问题？”的确，用户嫌VIP开机前广告多，他们就放在中间插播；要不就是，视频播放中不给你放广告，你一按暂停就弹出一堆广告。手机App不能违法搜集、使用个人信息吗？运营商只需拿出一张“深度嵌套”的用户协议，就能在用户不知情的情况下，使其“自愿”将个人信息交给运营者。

其实，这些弯弯绕绕的小伎俩，同样属于违法行为。先看那些让VIP用户不胜其烦的广告吧。根据《广播电视广告播出管理办法》，“播出电视剧时，不得在每集中间以任何形式插播广告”“除电影、电视剧剧场或者节（栏）目冠名标识外，禁止播出任何形式的挂角广告”。针对消费者投诉视频平台宣传充会员将免广告，实际上只是去掉了视频开头的广告，视频播放中间仍多次插播各种广告等现象，中国消费者协会曾明确表示，这种做法违反广告法。

又比如，手机App过度索要用户的权限，还拿所谓的用户协议说事。民法典规定，“公民的个人信息受法律保护，任何组织或者个人不得非法收集、使用、加工、传输、提供或者公开个人信息”。根据我国个人信息保护法，“基于个人同意处理个人信息的，该同意应当由个人在充分知情的前提下自愿、明确作出”“基于个人同意处理个人信息的，

个人有权撤回其同意”“个人信息处理者应当提供便捷的撤回同意的方式”。再看那些胡作非为的手机App，哪里让用户“充分知情”了？用户反悔了，“同意容易取消难”，这是“提供便捷的撤回同意的方式”吗？违法违规的用户协议，其实并无法律效力。

我们可以理解，开发手机App并不容易，投入那么多，商家也想尽快回本赚取利润，但是，“君子爱财取之有道”。任何个人与机构最好都不要自恃聪明，以为靠一些欺骗伎俩，就能把用户耍得团团转。今年全国两会期间，有代表委员提到，App乱象已影响了人们对互联网消费的公平感和安全感。国家法规早就画出了红线，既是为了保护用户的合法权益，也是为了维护网络空间的正常秩序。那些利用手机App套路用户，不合理索取用户权限，为用户账号注销设置障碍，非法收集、使用个人信息的不法商家，注定要付出沉重的代价。

年轻人在武侠中找到新的“江湖”

解读，用自己的视角展开对剧情、人物性格的分析。同样是“对接”或致敬经典作品，年轻人向我们展示了更多想象力和活力。

早在2018年，金庸去世后，中国青年报社社会调查中心联合问卷网，对上千名90后和00后进行了问卷调查。结果显示，00后受访者仍然很喜欢金庸。这一调查结果，有着现实情景的支撑。

年轻人不仅静静观赏，还主动表达。他们常把自己的认知分享到知乎、豆瓣等平台上，形成了新一波讨论热潮。可以说，年轻人解读金庸，形成了全方位、全时空的模式，极大拓展了思辨领域，激发出更大的价值。

年轻人以诸多解读方式和“射雕”嫁

接，并不偶然。一方面，对经典作品的持续解读，是其内在价值引发年轻人极大兴趣的必然结果。比如，有的公众号专门解读金庸，吸引了很多年轻读者阅读、点评。原因在于，金庸作品“横看成岭侧成峰”，无论是从微小切口入手，还是进行整体解析，都有妙趣显现。金庸作品所展现出的人文思想，成为年轻人心中的一份养分。

另一方面，年轻人也在解读的过程中，找到了和现实境遇相呼应的价值观并加以活学活用，例如自我定义属于凡人的“侠之大者”，激励自身突破生活的寻常，在“搬砖”中看向“诗和远方”。这类解读方式连接、托举起的是另一种“江湖”，引人沉醉、

共情。它打通了几代金庸迷之间的隔膜，建立起更广阔的品读空间。

曾经打动过千万人心灵的金庸经典作品，有理由更出彩地“活着”，影响更多人；年轻人对于这些作品的重新打量，有理由受到尊重和支持。其存在意义，不只是因为展现了一份固有的价值而显得特别珍贵，更会因为“后生”的接力解读和传播而变得更加深邃、精彩——从“射雕”到“武侠”，从“江湖情仇”到“侠之大者”，对应的理念和情怀层面也在不断拓展。

在不间断的探索中，年轻人巧妙安放了自己的情感，也呼应了时间深处的共鸣，这样的景致很美好。

快递员不该承担送货上门的全部成本

递员还是执行老办法，并且直言，“派送费太低了，等涨价了我一定给您送上门”。

对消费者来说，快递员们对送货上门的“软抵制”，难免引发担忧：接下来寄快递的价格是否会全面上涨？

首先要指出的是，尽管快递新规遇到了一些落地困难，但这并不意味着从立法层面捍卫消费者的选择权是多余的，新规的出台是行业发展的必然结果。消费者下单寄快递，快递公司将它送到约定的地点，是基本的法律义务。快递不上门，而是被放在快递柜，这种提升派送效率的操作，在行业内再普遍，也改变不了违背合同约定的事实。消费者不计较，不意味着它合理合

规，更多时候只是一种被动接受的无奈。

快递新规的落地，本身就是从立法层面，对快递公司无视消费者合法权益的做法，进行系统性纠正。它所产生的新问题，不是规定本身错了，而是市场的利益分配格局没有调节到位。消费者和快递员之间，并不是零和博弈的关系。保障消费者“最后一公里”的选择权，和保障快递员的收入，二者能否同时实现，快递公司的利益调整是关键一环。

近些年来，快递行业飞速发展，成为重要的配套基础设施。但不容否认的是，行业竞争过于粗放，长期停留在“卷”价格的原始阶段。快递公司通过打价格战来占领市

场，吸引消费者，导致行业不断内卷。为了保障利润，只能在成本上不断压缩，于是未经同意便放一放快递柜的“偷懒”做法，才会成为行业默认规则。

所以，快递新规落地后，最需要调整适应的，是快递公司。快递公司必须意识到一点：“卷”价格的竞争不可持续，随着消费者对服务品质的需求提升，快递行业要拼价格，过渡到拼服务的新阶段。面对行业发展的新局面，快递公司不能让一线快递员承担送货上门的全部成本。它们更应该做的是，对派送标准和流程重新梳理，不断提升服务质量和运营能力，通过降本增效、优化服务来提升盈利能力。