

■每日观点

整治演艺圈乱象不妨从稽查偷漏税行为开刀

□辛望

长期以来演艺界乱象横生,有关部门整治总是不得要领。此次崔永元手撕范冰冰、冯小刚等明星大腕,证实了演艺圈的确存在“阴阳合同”等潜规则,并揭开了他们涉嫌严重偷税漏税行为的黑幕一角。有关部门何不顺藤摸瓜,来一个彻底清查整顿。激浊扬清,民众盼望职能部门雷厉风行,一查到底。

连日来,崔永元怒怼范冰冰、冯小刚等一事持续发酵。除了沸沸扬扬的恩怨情仇,令人咋舌的天价片酬,明星通过“一阴一阳大小合同”公然偷税漏税等行业内幕也随之浮出水面,一时间成为引爆舆论的最热点。

对于崔永元因为当年电影《手机》一事引发与范冰冰、刘震云、冯小刚之流的恩怨情仇,局外人一时间难以分辨得清楚,但崔永元通过网络曝光了范冰冰等明星大腕的“天价片酬”合同却进一步证实了演艺圈久存的一个黑幕——“天价片酬”是真的,“阴阳合同”也是真的。

范冰冰工作室虽然针对崔永元的爆料发布了“严厉”声明澄清,但其中言辞很耐人寻味,从始至终对6000万元“大小合同”并未否认。根据合同约定,一个星期,准确的是4天,一个女明星就能将6000万元收入囊中,这样的天价收入,足以震撼国人的神经。

这还不是最让人肝颤的,当民众真切的了解到,明星大腕在可劲儿捞钱的同时,居然还玩起来“阴阳合同”的把戏,这其中的

玄机就更让人难以心情平静了。

这里有必要做个科普,崔永元提到的“大小合同”究竟是何物?

“大小合同”其实就是人们日常所说的“阴阳合同”;交易双方签订金额不同的两份合同,一份金额较小的“阳合同”用于向主管机关备案登记纳税;另一份金额较高的“阴合同”则实际约定双方交易价格,彼此对其秘而不宣,目的就是逃避纳税。

对于领着天价片酬的明星来说,这种操作效果十分惊人:就拿被崔永元曝光的这两份合同来说,小合同1000万元是税后收入,已经将税负转嫁给甲方公司,而隐藏的5000万元大合同则大有猫腻。

按税法规定,影视、演出、表演所得属于劳务报酬,应按按3级累进税率表纳税。

如果按税法粗略一算,当事

人可能涉嫌逃避个人所得税2000多万元,在应纳税额中占比极可能超过法律红线30%。

得了“天价片酬”也就算了,明星大腕还如此处心积虑涉嫌逃税,真是是可忍孰不可忍?!

众所周知,我国目前的个税起征点是3500元,也就是说公民月工资收入达到3500元就得承担纳税义务,而明星大腕四五天挣了五六千万元,却还在绞尽脑汁玩避税游戏,这种过大的反差,很难让升斗小民将心情平静下来。

崔永元仅仅曝光了范冰冰的一份合同,就足以将某些人“弄进去”,类似的合同仅仅在崔永元那里,就有一抽屉。可以想象,崔永元掌握的情况,仅仅是这个行业黑幕的九牛一毛。现在的问题是,明星大腕干的这些偷漏税的勾

当,犹如秃子头上的虱子,是明摆着的。而有关主管部门将如何处置呢?是继续装聋作哑,想着护犊子,还是顺藤摸瓜,将面子抹开,下定决心,将演艺影视界里,凡是涉嫌偷税漏税的,不管是大鱼还是虾米,都查个清清楚楚。

彻底净化演艺界的浮华奢靡风气,引导全社会走诚实劳动、创新致富的道路,是将我们这个民族导入复兴轨道的必然选择。对于久久难以整治的演艺界乱象,不妨就从整治他们的偷税漏税行为开始。不管涉及到多么靓丽夺目的明星,或者大牌的演艺公司,都要认真交代缴税记录,该补缴的补缴,涉嫌犯罪的就要服刑。同时,对于举报和曝光演艺影视界偷税漏税行为的公民,有关部门也得重金奖励,并给予人身保护,非如此,不足以扶正祛邪。

■每日图评

“儿童食品”须明确标准加强监管

近年来,儿童酱油、儿童面条、儿童酸奶等打着“儿童专属”旗号的食品层出不穷,其价格往往比同类食品高出不少。事实上,对于3周岁以上的儿童,我国并没有专门的食品安全标准,更没有明确的儿童食品定义。(5月31日《中国医药报》)

在食品领域方面的专家们看来,所谓的儿童食品,更多的只是商家的一种宣传和营销策略,市场上的儿童食品不但存在价格畸高、虚假宣传、配料不当等问题,而且个别企业还会为了增加口味、延长保质期而过多添加炼乳、砂糖、香精等,如果长期食用,势必会对未成年人的身体健康和正常成长带来不利影响。

儿童食品不但存在安全问题,原因在哪里?一是标准的缺失;二是监管的不力,同时二者还存在逻辑关系:因为标准缺失,所以监管难以进行。在我国现行的各类食品安全国家标准中,除3周岁以下婴幼儿配方食品、辅食外,尚无“儿童食品”的概念和相关食品标准。这实际上已经意味着市场的大多数“儿童专用”食品,其实并没有商家宣传的那样对儿童有“特别”的好处。同时因为标准的缺失,又会导致安全问题的产生。

企业研发和生产“儿童食品”没有问题,但必须明确儿童食品的标准,加强市场监管,才能保证其不陷入混乱无序的状态,损害消费者合法权益。为此,在监管层面,需要进一步完善检测标准和质量认证体系,建立儿童食品安



全监测、检测和预警机制,监督促进儿童食品生产企业增强社会责任意识、谨慎使用食品添加剂。在标准层面,应加强风险评估的科学支撑,制定儿童食品使用添加剂的种类和限量。而作为消费者,则不要盲目盲从。 □苑广阔

■长话短说

网民低龄化 呼唤监管常态化

《中国青少年互联网使用及网络安全情况调研报告》5月31日在京发布。报告显示,当代中国青少年的“触网”年龄提前,约有超过六成的青少年在6岁至10岁就开始接触互联网。调研报告还显示,色情、诈骗与网络欺凌仍是青少年面临的主要网络风险。(6月1日新华网)

近年来,网络“双刃剑”作用日益明显。一方面,网络可以传播正面声音,宣传科学文化知识,迅速反映社情民意,丰富信息服务,进行社会监督;另一方面,网络作为“自媒体”,也会使非理性声音、谣言、诈骗及淫秽等有害信息大面积传播。现有管理手段已难以适应,这对网络信息安全与未成年人健康成长构成了新的威胁。

因此,网民低龄化,呼唤监管常态化。首先,网络信息主管部门应积极履责,对遵纪守法、积极传播先进文化的用户以鼓励,对传播有害信息的用户给予限制和惩戒,涉嫌违法犯罪的依法查处。同时,应依法将论坛、微博、博客、搜索引擎等具有新闻舆论和社会动员功能业务纳入专项许可范围。再者,要建立健全对网络舆情的应急预案,对可能引发侵害未成年人利益事件的有害信息的监测、预警等,应该作出相应的具体规定。

特别是,要通过制度建设,构建完善、行之有效的网络道德约束体系。网络工作者,需要加强职业道德修养,始终遵循职业道德规范,将高尚的道德情操内化为职业精神。应加强社会舆论监督,并加以政策和法规的引导,提高政府对于虚假、低俗网络信息的技术制约与实质监控。政府应该明确网络信息安全“把关人”的角色定位,在政策上做积极的引导,有必要完善相关法规,对那些挑战未成年人网络安全的行为,坚决依法进行打击。 □汪昌莲

■网评锐语

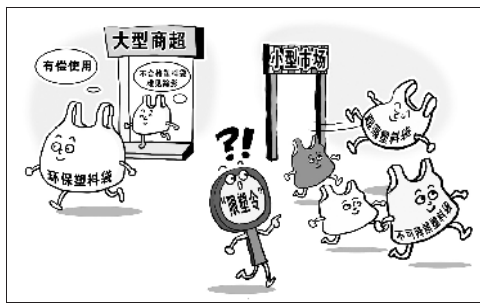
网约工的权益维护是个全新课题

斯涵涵:打开手机APP轻轻一点,外卖骑手可以将美食送上门、代驾司机在酒店门口等候……这些通过互联网平台为消费者提供服务的人,被称为“网约工”。随着移动互联网的发展,这一群体不仅人数不断增加,而且正在从过去的兼职向全职转变。而网约工的权益维护问题是个全新课题。互联网不是法外之地,“网约工”权益保护不能处于灰色地带。

学校课桌椅应随孩子身高而调整

天歌:学生使用课桌椅高度与其身高是否匹配是儿童近视的因素之一。近日一份调查报告显示:有39.7%的学生报告课桌椅高度能够按照自己身高做到一学期内调节一次,42.84%的学生报告课桌椅高度从未调整过。学校和老师应该意识到这一问题的重要性,不是说对每个学生的桌椅都要量身定做,但至少要让课桌椅随着学生的身高而“长高”。

■世象漫说



■有感而发

农村面包车违法问题亟待重视

价格低廉、容量大、承载多、轻便省油,这些诸多优点让面包车逐渐取代农用三轮车、摩托车等交通工具,进入农村家庭。但同时,面包车非法改装、超载、违法行驶、乱停乱放等问题导致的交通事故也层出不穷。(6月3日《法制日报》)

造成农村面包车违法问题的成因,笔者以为,一则是由于驾驶员的安全意识和法律意识淡薄;二则是由于基层执法力量薄弱所致,致使面包车违法行为多发,没有得到有效控制;三则是由于驾驶员家属的风险意识差所致,殊

不知纵容违法车辆上路存有巨大安全隐患,作为家属理应尽到劝阻责任。因此,治理农村面包车违法问题,一是要靠严厉有力的执法。执法力量应当向农村倾斜,通过常态化的农村道路安全执法,确保违规车辆和司机得到依法治理。

二是通过齐抓共管进行治理。比如,就有专家建议,针对农村面包车营运市场管理,可通过购买服务和招投标等方式,将可以由市场和社会承担的事务交给企业部门和社会组织承担,充分发挥社会力量的协同作用。还如,

充分利用网络平台,运用大数据等信息技术,使打击面包车违法运营的综合治理能够更加精准快捷等。

三是需要安全知识和法律知识普及护驾。比如,可以开展安全知识和法律知识进农村、进学校、进企业活动,一方面增强广大群众法律意识和安全意识;另一方面也增强广大群众参与平安道路建设。比如,积极主动对报废车辆进行依法处置,养成依法文明驾驶机动车的习惯;还如,对存在违规经营的面包车坚决说不,并向有关部门进行反馈等等。 □李雪

喜忧参半

被称为“限塑令”的《国务院办公厅关于限制生产销售使用塑料购物袋的通知》已经推行整整十年。记者在多地调查发现,在一些大型商超、餐饮企业等地,环保塑料袋有偿使用得以推广,不合格塑料袋难见踪影。但在一些小型市场、商铺等地,超薄塑料袋、不可降解塑料袋等依旧是包装“主角”。“限塑令”乃至部分地区试点的“禁塑令”仍难以完全推广落实,公众的使用习惯还有待改善。(6月2日新华社) □朱慧卿