

“政府账本”要更透明

财金视野

政府预算是政府的年度财政收支计划，经常被形象地称为政府的“账本”。在预算透明度总体上不断提高的同时，预算公开工作尚待进一步深化。一方面，要执行好预算法等法律法规对预算公开的规定，做到“应公开尽公开”。另一方面，预算公开还要做到能看懂、易监督。

近日，财政部发布2019、2020年度地方预算公开度排行榜，对各省区市的“政府账本”透明度进行评价、排名。总体上看，地方预算公开管理水平持续提升、预算公开透明度不断增强，但部分地方存在未公开或者未及时公开预算、公开内容不完整不准确等问题。

政府预算是政府的年度财政收支计划，经常被形象地称为政府的“账本”。其本质是，反映政府把公共资金花到哪里去、做了哪些事情、是否履职尽责。可以说，预算透明是社会公众监督各级政府权力行使的基础。提高预算透明度，有助于实现权力在阳光下运行。

近年来，公众对各级政府预算逐步熟悉，最耳熟能详的就是“三公”经费预算公开，这从一个侧面反映了我国深化预算制度改革、提高预算透明度的成效。实际上，预算涵盖政府收支的方方面面，“无预算不支出”是一项重要原则，“三公”经费只是预算的一小部分。目前，我国形成了政府预算、部门预算和

转移支付预算多层次、多方位的预算公开体系，“以公开为常态、不公开为例外”则是预算公开的重要原则。

在预算透明度总体上不断提高的同时，预算公开工作尚待进一步深化。从层级上看，中央层级的预算公开取得较为明显成效，比如，每年100多个中央部门在规定时间内晒出“账本”，都引起社会极大关注。地方预算公开则需做更多的工作，省市县三级存在“上热中温下冷”的情况。从财政部公开的检查情况看，个别部门未公开预算，部分政府和部门公开不及时，有的部门公开内容不细化，关键信息“一带而过”。

地方预算公开是预算公开的重要组成部分，而且地方预算信息与群众生产生活联系更密切。如果地方预算信息不公开，或者公开信息不完整，就会在很大程度上规避了社会监督。同时，地方预算公开涉及的政府、部门的层级和数量都很多，要做好这项工作很不容易，应引起高度重视。

一方面，要执行好预算法等法律法规对预算公开的规定，做到“应公开尽公开”。特别是要拓展公开范围、细化公开内容，主动将社会关注的热点、重点项目，尤其是机关运行经费、政府采购、财政专户资金，以及教育、医疗、环保、社会保障等情况公开，自觉接受群众监督。“阳光是最好的防腐剂”，近年来通过加强对“三公”经费的公开，经费使用更加规范，同时也获得了群众的充分理解和肯定。

另一方面，预算公开还要做到能看懂、易监督。预算文本是一个比较专业的法律文件，包含不少法律、经济术语。如果信息过于专业化或者晦涩难懂，让公众“云里雾里”，预算公开的意义也就大打折扣。在预算公开的时候，必须尽量通俗易懂，利用表格、文字、图表、视频等作配合，加强解释说明，通过一本“明白账”让公众充分理解各项收支的情况。

全面提升预算公开透明度的国家治理体系和治理能力现代化的基础和重要标志。提升预算透明度需要持续努力，通过打造“阳光预算”，更有效规范和监督政府行为，实现把权力关进制度的笼子。

全面提升预算公开透明度的国家治理体系和治理能力现代化的基础和重要标志。提升预算透明度需要持续努力，通过打造“阳光预算”，更有效规范和监督政府行为，实现把权力关进制度的笼子。



黄彦

头条热评

做大养老金“蓄水池”

魏永刚

企业职工基本养老保险全国统筹2022年正式实施，是我国养老保险制度改革的重要一步。这项改革涉及千家万户，事关亿万企业职工。

从企业职工的感受来说，至少有两个方面是明显的。一个是养老金的“蓄水池”更大了。职工养老保险的全国统筹，和地方统筹相比，最明显的好处是养老保险基金可以在全国范围内互济余缺，基金的支撑能力将大大增强。对于参保的企业职工来说，养老金更有保障，不同区域之间的养老水平差距也会有所缩小。再一个好处是养老保险便携性的提高。有了养老保险全国统筹，养

老人员跨地区流动更加便捷，这对于人数庞大的养老流动人口来说，无疑是一个好消息。

当然，职工养老保险全国统筹，并不意味着养老金的增加或减少。正如许多专家指出的，职工基本养老保险全国统筹之后，计算退休金基本变量在在岗职工平均工资将会采用全国在岗职工的平均工资。从理论上讲，高工资地区退休金的水平就会有所回落，低工资地区的退休金水平整体就可能有所提升，但这是从区域间整体而言的，就个体来说，退休人员月退休金水平不会出现明显下降，绝对数应该是稳步上涨。

喜见“年终奖”个税政策延续

振法

近日，国务院常务会议决定延续实施部分个人所得税优惠政策，其中包括将全年一次性奖金不并入当月工资薪金所得、实施按月换算税率单独计税的政策，延续至2023年底。此举有利减轻个人所得税负担，提高居民收入水平，对工薪阶层来说是一大利好。

对部分中低收入者而言，如将全年一次性奖金并入当年工资薪金所得，扣除基本减除费用、专项扣除、专项附加扣除等后，可能无需缴税或者仅需缴纳很少税款。而如果将全年一次性奖金采取

单独计税方式，反而会产生应纳税款或者增加税负。

为此，国家规定“二选一”的政策，也就是个人对全年一次性奖金可以自行选择“全部并入综合所得计税”或“单独计税”。这次国务院常务会议决定对这项优惠政策延期实施两年，对不少人来说，这会节省出不少的一笔钱。

我们相信，通过优化制度设计，个税的税负分配将更为公平合理，更好发挥筹集财政收入、调节收入分配的作用。

服装打折别伤了品牌定位

刘瑾

如今，在一二线城市，商场里不少品牌服装动辄上千元、多则几千元。品质升级，走高端路线，本无可厚非，但如果当季价格高高在上，一过季就在店内打“骨折”，甚至降到一折，实际结果可能就不好了。

从消费者角度来看，商家如此卖货，买家可能就会货比三家或者再三等待。买正价衣服的人，大多为的是质量和品牌档次，如果看到品牌价格频频大幅度波动，自然会以为产品不再物有所值了，从而降低对品牌的购买欲望。

从企业方角度来看，虽然通过处理库存可以获得收入和业绩，但也会一定程度拉低品牌的核心价值。一件服装不光有制作的成本，还要支付物流、推广、销售环节的成本。如果折扣太大，降到一折，对企业而言，大概率是亏钱的。近十倍的差距，价格如此“大锅烩”，品牌如何能持续定位，怎么能持续健康发展？

很长时间以来，库存积压成为服装品牌企业需要面对的主要难题之一。产品积压不仅占用了公司的运营资金，也

增加了品牌管理的一系列成本，拉长了产品的周转时间，降低了公司的整体利润。要看到，库存问题已不是单一环节的问题，要解决它，不仅要通过对季商品的处理保持谨慎的销售策略，还需要企业从生产、营销、销售环节进行变革。

一方面，品牌方在处理过季商品时要多花些心思。要从消费者角度出发，尽量避免在正价门店出现过低折扣的商品，可以尝试在正价门店之外，开拓专门的处理库存的渠道，如线下可以走奥特莱斯、工厂折扣店等渠道，线上可以尝试专业的品牌折扣平台。实在处理不了，国际品牌常用的公益捐赠也是个办法。

另一方面，数字化转型为降低库存带来了新的可能。当前，消费市场对供应链快速反应能力的要求越来越高，尤其是电商渠道更是有着单量小、反应快、翻单快的特点。服装品牌企业可着力构建柔性供应链，以顾客需求驱动数字化供应链条，关注整个链条的价值要素。这样不仅可以有效降低库存，还能够借此实现整体周转利益的最大化。



王琪作(新华社发)

抓住机器人产业机遇

近日，工信部等15部门联合印发《“十四五”机器人产业发展规划》。规划提出，力争到2025年，我国成为全球机器人技术创新策源地、高端制造集聚地和集成应用新高地，推动一批机器人核心技术和高端产品取得突破，关键零部件性能和可靠性达到国际同类产品水平。机器人的研发、制造、应用是衡量一个国家或地区科技创新和高端制造业竞争力的重要标志。各地要积极落实规划，推动机器人产业快速健康发展，相关企业和研发单位也要加强创新突破，抓住产业发展机遇，更好壮大自己。（时锋）

长视频涨价不妨让市场评判

姜天骄

近日，多家长视频平台接连宣布调整会员费的消息引起社会关注。这样的讨论已经不止一次，从网友反馈来看，虽有负面情绪，但多数网友考虑的还是涨价后能否获得更好的内容产品和优质服务。

长视频平台投入大、成本高，成为行业发展痛点。投入大、成本高主要是内容制作成本、版权成本高等因素导致。另外，取消超前点播、短视频侵权、互联网广告强监管等因素叠加在一起，也给长视频平台带来一定的经营压力。因此，一些长视频平台通过调整会员费价格来缓解经营压力，这既是企业主动求生存的必要举措，也是企业根据市场环境变化作出的必要应对。

对长视频平台来说，涨价是“两难”抉择。从用户消费能力来看，近年来我国居民人均可支配收入、消费水平、价格指数等指标呈现逐年上升趋势，相比之下，长视频等流媒体价格持续处于低价区间。尽管如此，用户对内容付费的意识尚在培育阶段，特别是此前有关平台在发展初期主要以低价格争夺市场，涨价或将面临用户流失的风险。

长视频平台投入大、成本高，成为行业发展痛点。对长视频平台来说，涨价是“两难”抉择。就市场规则而言，平台有自主定价权，消费者也有自主选择权。然而，涨价虽能解燃眉之急，但不应成为企业走出经营困境的单一“法门”。长视频平台改善自身经营状况，还有很多路子值得探索。涨价不可怕，缺少活力和创新动力才可怕。

就市场规则而言，平台有自主定价权，消费者也有自主选择权。对用户来说，是否愿意为涨价的会员服务买单，关键要看平台是否有“真本事”，能否为用户创造更多优质内容和更好服务体验。长视频平台用户需求呈现刚性与不稳定的特征。所谓刚性，是指用户对优质内容的需求始终没变；所谓不稳定，是指国内头部长视频平台爱奇艺、腾讯、优酷、芒果TV等各有擅长，消费者手里的选项较多，长视频市场竞争比较激烈。从这个角度看，平台在涨价的同时还要想办法巩固和提升自身竞争力，这样才有利于抵御用户流失的风险。

经营困境的单一“法门”。长视频平台改善自身经营状况，还有很多路子值得探索。比如，更好地控制成本，更多关注新兴市场和海外市场，寻求内容IP的价值增量，等等。目前，爱奇艺“洛阳”IP已经初步显现出“一鱼多吃”商业模式的优势。平台企业还可以通过剧集、电影、综艺、VR全感等业务联动的方式不断提升IP价值，延长IP生命周期。

涨价不可怕，缺少活力和创新动力才可怕。随着我国居民文化消费需求日益多元旺盛，版权意识进一步提升，国内内容付费产业将会大有可为。期待长视频平台能以此涨价为契机，以更大力度投入优质内容生产，进一步探索内容和商业模式创新，推动网络视听行业高质量发展。此外，打击盗版和网络侵权行为，建立健全公平竞争的网路视听行业市场环境，对推动长视频行业良性发展十分必要。至于涨价后的长视频平台能否凭“真本事”留住用户，不妨交给时间，让市场去做最后评判。