

核心话题

个税起征点地区差异化不可行

在央视财经频道一个讨论个税的节目中,央视财经评论员章弘提出,个税起征点应该有地区差别,“比如说住在上海和兰州的人,相对来讲收入完全不一样,所以我觉得个人所得税的起征点应该考虑到每一个人收入的水平不一样,而不应该是全国统一的。”

文 / 梁发甫



作者为财税史学者

目前这种一刀切的个税起征点政策,客观上具有抑制人口过度聚集发达地区大城市的效果,其正面意义不可忽视。

种地方税,由当地居民缴纳,用于当地公共事务,那么,实行地区不同的起征点,让上海起征点高于兰州起征点,法理上这是完全可以的。但实践中,这种各地不同的起征点会引发各地税收竞争,为了吸引人才和投资,经济不发达地区反而可能提高起征点而不是相反。

目前情况下,我国的个税是中央和地方共享税,中央与地方之间分配比例为60%:40%,中央拿走了大头。也就是说,我们每个人都缴纳个税,其中60%是进入中央财政,统筹用于全国各地的公共事务。中央向全国人民征收个税,那么,

公平对待所有纳税人,是至关重要的一个原则。公平对待的最起码的原则是,同等情况同等对待。而起征点全国统一,达到这个起点就要纳税,就是同等情况同等对待的最直观的体现。高收入地区起征点高,而低收入地区起征点低,这种区别性歧视性的对待,完全不符合同等情况同等对待的原则。

另外,征收个税的一个非常重要的目的,就是调节收入分配。这种调节中,当然包括高收入地区和低收入地区的收入分配。如果高收入地区高起征点,低收入地区低起征点,那么,调节分配的功能就会失效,甚至产生逆向调节的效果。

一些论者认为,发达地区由于经济发达,但生活成本高一些,所以,应该将起征点设置得更高。发达地区生活成本更高,确实是事实。但不可忽视的是,发达地区居民从政府得到的公共服务也会更为便利、更为周到。这些地方有更好的学校,有更好的公共医疗服务机构,有更好的公共文化和公共体育设施,社会保障和社会救助也更完善。所以,生活在发达地区的居民,尽管生活成本高一些,但是生活质量更高,享受到的公共服务也更好。相反,生活在欠发达地区的居民,尽管表面看起来生活成本低,但他们过的是低质量的生活,享受的公共服务有限。税收是享受公共服务对价,享受了更多更好公共服务的人们,没有理由比没有享受这种服务的人,享受更多的税收减免。

经济发达地区如北京、上海等地,尽管生活成本高,但人们仍然纷纷涌入,人满为患。即使目前一刀切的个税政策面

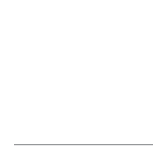
前,人们仍然宁可留在北上广而不愿意回到兰州这样的落后地区。可以设想,如果北上广等一线城市的起征点比兰州这样的西部三线城市高出许多,那么,像兰州这样的地方,就更不可能争取到人才了。章弘所谓“一个人去不去上海,肯定不光考虑税收的起征点”是站不住脚的,由于我国个税实行超额累进税,起征点的不同,对高收入者的税负是有相当影响的,并非无足轻重。如果个税起征点地区差异化,人才和投资都必然涌向条件更好,税率更优的发达地区。另外,一旦发达地区享有更高的起征点政策,一定会引发避税浪潮,比如本来在不发达地区的企业,转而在发达地区注册企业或分部,将职工工资转移到发达地区发放,享受高起征点带来的税收优惠。所以,起征点地区差异化,等于是国家通过税收手段,驱赶人才和投资向发达地区流动和聚集,是国家通过税收政策对欠发达地区进行惩罚和打击。这样的结果,大概也不是国家所乐见的。事实上,目前这种一刀切的个税起征点政策,客观上具有抑制人口过度聚集发达地区大城市的效果,其正面意义不可忽视。

话说回来,发达地区生活成本较高尤其房价较高确实也是一个实际存在的问题。对于这些问题,按照此次个税修法的设想,可以通过专项费用扣除来求得解决。租房费用、房贷利息支出等扣除项目,显然不可能实行全国一刀切,各地会通过不同的房租和房价状况制定差异化的政策,一定程度上化解发达地区由于高生活成本带来的个税问题。

新政治经济学

基辛格、三角关系与世界秩序

文 / 孙兴杰



作者为吉林大学公共外交学院副院长 北大汇丰海上丝路研究院高级研究员

基辛格被认为是“老朋友”,然而,基辛格并不是因为友情而访问中国,改善中美关系,他所钟爱的是“均势”。

“特普会”引发了关于中美俄三角关系的讨论,要说到大国关系,尤其是大国战略三角关系,是绕不开基辛格的。最近媒体披露,基辛格向特朗普总统提出的外交“锦囊妙计”就是缓和美俄关系,或者实现美俄关系正常化,以此来平衡中国的发展与崛起。无论基辛格是不是向特朗普提供过这样的建议,我们都能看到特朗普对俄外交政策的调整。另外,这样的建议可能因为基辛格而更具有可采纳性。无论世界秩序的演变,还是大国政治的变迁,尤其是源于欧洲的“均势”秩序的全球

化,都会让大国关系再次回到灵活调整的时代。

“特普会”在美国引起了轩然大波,甚至加速了“通俄门”的调查,一向坚持否认勾结的特朗普改口说,这并不是犯罪。可以看到,美俄关系改善或者缓和的主要障碍来自于特朗普本人。俄罗斯是不是介入到美国大选,这个关系到美国的核心利益,也是美国人的心理底线。在互联网时代,特朗普得益于推特这种便捷的通讯手段,同时也受制于此。

对于基辛格来说,意识形态是可以搁置在一边的,也因为如此,基辛格在美国似乎是个不太受欢迎的人。他是一个赤裸裸和彻底的现实主义者,在美国之外,他的知名度和认可度要高得多,基辛格曾经因为中外交穿梭外交而获得了诺贝尔和平奖,但是他最为人津津乐道的还是在上个世纪70年代访问中国,打开了中国大门。中美关系正常化,实现了中美苏战略大三角关系的构建,从而改变了世界。现在中美关系又到了一个分水岭,不断崛起的中国成为美国面临的课题。

基辛格被认为是“老朋友”,然而,基辛格并不是因为友情而访问中国,改善中美关系,他所钟爱的是“均势”。基辛格著作等身,但是思想的原点还是他的博士论文,那就是研究拿破仑战争之后欧洲秩序的重建。他是奥地利首相梅特涅的拥趸,通过灵活的外交手段构建一种新的国际秩序,这是梅特涅的过人之处,至少基辛格是这么看的。从梅特涅到俾斯麦,再到基辛格,构成了国际关系史“均势”理念和外交操作的脉络。

下转 E4

筑梦想家园 敏捷集团紧跟国家战略助力美好生活

文 / 夏雪

自1978年以来,改革开放已走过了40年历程。40年间,中国经济实现了跨越式发展,跃居世界第二大经济体,对世界经济增长贡献率超过百分之三十,人民生活水平不断提高,衣食住行各个方面都发生了翻天覆地的变化。

40年改革开放带来经济社会巨大变革的同时,也开创了中国的城市奇迹,城镇化率由1978年的17.9%提高到2017年的58.5%,城镇常住人口达到8.1亿人,城市数量由193个增加到657个。在推动经济发展、社会进步等方面发挥了重要的作用。

城市化进程中扮演重要角色的房地产业,在改革开放浪潮中经历了萌芽、发展、疯狂,到如今中央定调“房住不炒”,回归理性;四十年风云变幻中,涌现了一大批优秀企业和企业家,为人品品质的提升贡献力量。

1993年,敏捷集团诞生于改革开放的前沿地带广州,五年后国家取消福利分房制度,敏捷集团紧抓机遇投身民生住宅建设,随着改革开放持续深入推进,敏捷集团也适时调整战略,历经20年的稳健发展,从广州番禺做到了布局全国,已成长为业务涵盖民生住宅建设、城市更新、社区服务、酒店及商业运营、物业租赁、文旅开发、优质教育等多元化业务的全国知名综合性企业集团。

造好房子, 帮更多人实现置业梦想

住房在中国历来被视为“安身立命”的基础。改革开放初期,代表性的住房样式便是“筒子楼”,因一条走廊串连着许多个单间,长长的走廊两端通风,状如筒子而得名,当时也被称作“福利房”,一般是国有或集体企业、事业单位为解决职工住房而建造的住宅建筑,有不少筒子楼是用废弃的办公室或厂房改造而成。

“筒子楼”的弊端显而易见,随着国民经济的发展,住房制度改革也在探索中不断前进,在调整中逐步展开。1998年7月,国务院发布《关于进一步深化城镇住房制度改革加快住房建设的通知》,宣布从同年下半年开始全面停止住房实物分配,实行住房分配货币化,首次提出建立和完善以经济适用住房为主的多层次城镇住房供应体系。

至此福利分房制度被彻底取消,中国城镇住房制度发生了一次根本性的转变,住房商品化时代来临,敏捷集团适时地抓住机遇,开启民生地产新时代。

1998年,“五岁”的敏捷集团从建筑行业转身,正式进入民生住宅开发领域,在广州番禺的第一个项目锦绣生态园破土动工,该项目开盘后因高性价比得到市场追捧,一炮而红,荣获当年“广州最畅销楼盘”“广州年度销售套数第一名”等奖项。

根据国家的整体规划,2050年之前,中国的城市化率必须提高到70%以上,这就意味着更多的现代化住宅和商业设施需要被不断建造出来,以满足更多城市人口的居住和消费需求。

“在城市化进程不断发展的今天,敏捷集团始终坚持追求为

消费者提供更多、更好的高性价比住宅产品,旗下楼盘在同样的质量和配套下,给予了购买者更多实质性配套服务优惠。造出好房子,帮助更多的人实现置业梦想,为他们创造优质生活,是敏捷集团追求利润和承担社会责任的契合点。”在敏捷集团官方网站的荣誉主席谭炳照致辞中也复盘了公司一贯坚持的理念。

2005年,敏捷集团确立了以珠三角为核心的发展战略,相继进入广州城区、增城、中山、肇庆、四会等地,公司规模化发展驶入快车道。2006年,敏捷走出广州的第一个项目落子中山,打造出坦洲百万平方米超大型社区——锦绣阳光花园,再次受到市场热烈追捧。

此后,敏捷集团相继推出了多个优质项目。“我成为敏捷的业主已经有十多年了,当初在考虑买房的时候,也曾去参观过不少楼盘,可就是没有一个能打动我的。后来经朋友介绍,到锦绣银湾来看楼,当时就眼前一亮,竟有相逢恨晚之感。这里文化气息浓厚,风格独特,产品精致,太喜欢了!享受高品质的生活,也是人生的一种追求、一种选择。”敏捷集团位于广州的锦绣银湾项目业主张东军说道。

坚持区域化战略, 开启多元布局

2009年,银行和信托公司掀起授信潮,房企资金状况普遍好转,全国楼市创下历史新高。国家统计局数据显示,2009年全国商品房销售面积9371.9万平方米,同比增长42.1%;商品房销售额43995亿元,比上年增长75.5%;商品房成交均价约4695元/平方米,全年房价涨幅达到24%。

城镇化发展也在这一年取得

阶段性“成果”,城镇化率提高到了46.62%。虽然改革开放以来,中国城镇化取得了巨大成就,但偏重于沿海发达地区的大城市,忽视了中小城市和小城镇的发展。为此,2010年,中央一号文件明确提出,将继续稳妥推进城镇化,把中小城市和小城镇发展作为重点。

敏捷集团紧随国家城镇化发展步伐,于2009年进入全国拓展阶段,截至目前,其业务覆盖以珠三角为核心,辐射海南、天津、湖南、四川、贵州、河南、广西、内蒙古等省市自治区的多个城市。

据了解,敏捷集团以区域成片建设开发为主要业务模式,即通过选点人口聚集度高、产业发展前景好的重要城市,聚焦在具有潜力的市政规划的重要区域,成片建设开发,带动当地相关产业及服务发展。由此,在进行全国拓展的同时,敏捷集团积极探索多元化全产业链服务模式,推动城镇经济可持续发展。

作为敏捷集团进入文旅产业领域的首开之作——敏捷·黄金海岸,位于广东海陵岛,从2005年起到2007年连续3年被“中国国家地理”杂志社评为“中国十大宝岛”之一,2015年10月8号被评为国家AAAAA级景区。敏捷·黄金海岸是敏捷集团斥资百亿打造的综合性旅游大城,是一个集旅游、度假、会议、养生、休闲、商务、居住于一体的大型高端综合性文旅项目,具有里程碑重要意义,标志着敏捷集团业务真正进入多元化发展。日前,该项目从吃、住、行、玩、购五大配套服务全面创新升级,真正为业主和客户打造美好人居生活体验,引领健康生活方式。

凭借二十余年的房地产开发经验,及丰富的城市更新改造的实战能力,敏捷集团积极参与城

市三旧项目改造。位于广州增城的敏捷·绿湖国际城是敏捷集团在城市更新业务领域的标杆之作。近年来,增城立足建设现代化中等规模生态之城的目标定位,打造集总部经济、金融会展、创意文化、电子商务、生态旅游、医疗服务功能于一体的绿色现代田园生态之城,极大推动城镇、村集体经济健康快速发展。

事实上,近年来敏捷集团通过提升产品品质,积极推行智慧工程建筑,智慧物业,不断夯实三大优势业务,加强酒店、商业、教育多业态、多配套服务的融合共生,同时探索新时代下文旅产业、长租公寓、城市更新创新模式,构建起多元化发展的全产业链服务生态圈,激发城镇经济新活力,创造人居美好新生活是敏捷集团的美好愿景。

打造美好城镇 综合服务商

践行国家新型城镇化战略,持续深耕珠三角、前瞻性布局粤港澳大湾区,稳健拓展全国是敏捷集团一路历程的缩影。

国家领导人指出,中国特色社会主义进入新时代,我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。众多房企为适应人们对美好生活的需要,纷纷做出响应。诸如万科提出“三好住宅”,碧桂园推出“BIG+ 碧家国际社区”,宣称打造都市美好生活,首开则提出“践行责任、构筑美好”企业使命。

“美好生活”战略背后是住房领域对高质量发展的需求,有房企人士表示,满足人民群众美好生活需要是新时代赋予我们共同的使命与责任,需要全产业链上科研、设计、开发、施工等各企业联合起来加强交流合作,共

同推动我国住宅建设实现高质量发展。

秉承“筑梦想家园,让生活更美好”的理念,2018年敏捷集团品牌战略定位升级为“新时代美好城镇综合服务商”,坚持高质量发展,并积极打造多元化全产业链服务生态圈,助力人民美好生活再升级。

同时,不断探索创新性企业管理模式,加快企业管理规范化、现代化、信息化建设,有效地提升公司整体管理效率。同时,不断推动智慧社区建设,引入“移动交付”模式,提升社区业主居住幸福感,为集团实现跨越式发展奠定了重要的基础。

近十年的合作伙伴,对敏捷集团置评称其规范化的管理和专业的团队素质,也倒逼着自己的团队在不断成长,受益良多。“蒙娜丽莎陶瓷从2008年开始就与敏捷合作了,至今近10年,从当初第一个项目20万~30万元的合作金额,发展为今天超2000万元的年销售量,敏捷已成为我们在房地产业务板块中前20名的客户。我们与前20强房企都有较好的合作,但据我了解,敏捷在招采方面的管理模式还是比较先进的,现在采用集中招标、集中采购的企业不多。这种模式让整个流程更专业、效率更高。”广东蒙娜丽莎陶瓷有限公司战略合作业务部总监李建周说道。

公开信息显示,历经20年的稳健发展,敏捷集团现已成为一家涵盖民生住宅建设、城市更新、社区服务、酒店及商业运营、物业租赁、文旅开发、优质教育等多元化业务的全国知名综合性企业集团。截至目前,公司总资产900亿元,已开发各类物业总建筑面积近2600万平方米,员工总人数超过20000人。2017年实现年销售额295.9亿元。