

# 重视解决“农村剩男城市剩女”问题

□ 余明辉

镇男性找农村女性增多。农村男因为经济问题往往处于婚姻梯度的最后一层，导致择偶困难。但“剩男多在农村、剩女多在城市”现象，更需要关注和解决其背后的问题。

首先是城乡发展差距问题。就全国总体来看，无疑是与城乡发展失衡密不可分。

其次是城乡男女比例失衡问题。不可否认，长期以来，由于城市机关企事业单位便于管理、观念开放等原因，计划生育实质上出现了某种程度上的城市严于农村的现象，其中一个现象就是：在农村，一些农民不生男孩不罢休；而在城市，则通常生男生女都一样。这样造成的结果就是，农村男性比例要高于城市。加上经济发展差距等原因，很多农村女性更倾向于向城市流动，“农村剩男”就成为一种不可避免的现象。因此，“剩男多在农

村、剩女多在城市”，本质上是城乡计划生育政策开展不平衡的一个后果。

再次是城乡女性教育差距问题。一部分城镇女性受教育程度较高，经济独立性较强，因追求自我价值的实现和职业发展往往推迟结婚。与此同时，农村女性受教育程度普遍较低，经济独立性不强。因此“剩男多在农村、剩女多在城市”，也是城乡女性受教育长期不均衡的一个后果。

最后，是农村男女向城市流动不平衡的问题。由于农村种地等体力劳动量大且重的现实，一些农村家庭的男子往往倾向既能在农村种地，又能在县城务工挣钱两不误的谋生方式，如此就出现了农村男子在家种地、农闲时在县城打工挣钱的生活，而女性则可以选择到更远的城市务工。这一程度上也加重了“剩男多在农村、剩女多在城市”趋势。

“剩男多在农村、剩女多在城市”背后折射的

多重问题，无疑对我们的各项工作提出了新的更高要求。一是在城乡发展方面，要着力加快城乡一体化进程，尽量缩小城乡差距，别让“婚姻成为城市男人的优势农村男人的痛”。二是注意及时调整计划生育政策。要保持计划生育城乡共同开展、平衡推进，在充分调研的基础上适时在城乡推出普遍二孩政策，确保城乡男女出生比例的基本平衡。三是在推进均衡教育的过程中，不但要注意地区、校际、城乡间的教育均衡问题，也要特别注意促进农村女孩教育上实现突破，解决城乡尤其是城乡女孩教育上的落后和不平衡状态。四是合理布局各种产业在城乡的分布，让更多的农村人尤其是农村女性在家门口就能就业挣钱，减小由于产业布局不平衡而产生的城市对女性的虹吸效应。只有这些问题缓解或解决了，“剩男多在农村、剩女多在城市”的现象才有可能减少。

## 热点快评

国家卫生计生委日前召开新闻发布会，公布《中国家庭发展报告2015》。报告指出，我国未婚男性多集中在农村地区，且分布在各个年龄段；未婚女性更多集中在城镇地区。《报告》指出，在我国城乡差别较大、人口流动的背景下，加上人们在择偶过程中的婚姻梯度选择，婚姻匹配的矛盾将不可避免地发生转移。

所谓婚姻梯度挤压，指的是同龄适婚女性短缺，男性会从低年龄女性中择偶，“老夫少妻”增多；挤压到一定程度，就会向其他地区发展，如城

## 税费不应成为做善事的“拦路虎”

□ 江德斌

沙坪坝区60多岁的张阿姨，打算将自己名下价值数十万元的门面捐赠给重庆市残疾人福利基金会，但她签下认捐书、签完字后才发现，捐赠房产做善事没有想象的那么简单，不仅手续繁多，还要缴纳数万元税费。她被告知需要缴纳3%个税、5.6%营业税、3%契税、6%土地增值税，各种税加起来近7万元。张阿姨有点想不通：“做善事，也要上税吗？”（5月13日《重庆晚报》）

由于目前税法规定个人无偿捐赠房产需要缴纳各种税费，部分捐赠对象可以减免相关税费，但并未将慈善捐赠单独列支在减免行列，导致张阿姨在向重庆市残疾人福利基金会捐赠门面房时，遭遇到纳税的尴尬。而且，房产转让时涉及到的税费种类多，税负也较高，捐赠过户要缴纳17.6%税费，这显然远远超出了民众的想象空间和承受力。

我国政府鼓励民众做慈善事业，民间亦有行善的传统观念，但目前“捐赠减免税”等方面的制度很不完善，无论公益组织还是捐赠者，享受“捐赠减免税”的条件都极为繁琐而苛刻，据统计，“大量的

慈善组织尚未获得自身所得税收减免资格和公益性捐赠税前扣除资格，通过率还不到10%”。而如此高的“捐赠减免税”门槛，严重挫伤了民众的捐赠热情，不仅未起到鼓励民众行善的效果，反而成为了一个绊脚石，确实需要反思和改进。

无论从哪个角度来看，高达17.6%税费都令人惊诧，如此高额的过户税费，已经变成了做善事的“拦路虎”，令捐赠者望而却步。捐赠房产造成产权所有人变更，需要依法办理相关手续，但捐赠行为乃是在做慈善，按照公益原则应给予必要的鼓励支持，诸如手续简化、减免税费等，以降低捐赠者和受捐者的时间成本和经济成本。

目前，我国慈善事业发展很快，民间捐赠热情也很高，与之相对应的，则是配套制度太滞后，并且相关政府部门没有互联互通。重庆张阿姨的遭遇虽然是个例，但其面对的捐赠税费制度则具有普遍意义，未来可能还有其他市民会选择捐赠房产做善事，必须从根本上考虑解决类似的困扰。笔者建议以此为契机，对相关税费规定加以清理和修订，以促进慈善捐赠事业的发展。

## 漫画

作者/唐春成



5月13日，辽宁沈阳，早高峰时段，沈阳地铁1号线青年大街站站台，一自称姓周的74岁老人在人群中因拥挤而摔倒。涉事的陆女士立即蹲下查看老人伤情，并用自己手包给老人当枕头，地铁工作人员拨打了急救电话并给

老人披上衣服保暖。摔倒老人在休息一会后讲出了自己的年龄和姓名，并安慰急得落泪的涉事人：“我有老保，我不讹人”。之后老人被120急救人员用担架抬走送往附近医院。（5月14日新华网）

## 车改补贴不是公务员福利

□ 金海燕

过去各地开展的车改试点，常常会引发群众对车补过高的议论。最近公布的广东车改方案，对正厅、副厅级领导干部车贴标准达到了中央规定的上限标准，这又一次引发了大家热议。

应当承认，在很多公务员的心目中，享受公车待遇理所应当，很多公务员也认为车补是一种福利。然而就其本质而言，车补只是为了保证公务员完成公务而支出的必要的交通费用，而且为了管理方便而采用了货币化定额补贴方式，其并非公务员应当享受的福利待遇。

然而，不可否认的是，此前在不少地方，车补事实上成了一些地方公务员的福利，而且数额比较大。比如，一些地方的车补标准，动辄三四千元。珠海的一位办事员，说自己每月收入4000多元，其中车补就有1000多元；佛山的一位科长，每月收入7000多，其中车补就达2000多元。

应当承认，广东车改曾经走在全国的前列，但像珠海、佛山过高的车补，不能不说是有点出格。但愿这次车改，能够划清车补与福利的界线，在明确车补不是福利的基础上，为车改画上一个圆满的句号。

## 影视剧“禁烟”要做到令行禁止

□ 吴学安

中国控烟协会在京发布的“2014年度热播国产影视剧烟草镜头监测结果”显示，30部国产影片中，21部出现烟草镜头，占70%；30部国产电视剧中，21部出现烟草镜头，占70%。中国控制吸烟协会常务副会长许桂华呼吁，应加强对影视作品中烟草镜头的监管和审查；对吸烟镜头过多的影视作品一定坚决取消其各种评优活动的资格，并禁止在黄金档播出。（5月14日《法制日报》）

近年来，中国青少年吸烟群体剧增，这与影视作品的“言传身教”是分不开的。我国已于2003年11月10日签署了《烟草控制框架公约》，国家新闻出版广电总局也发布了“控烟令”，要求严格控制电影和电视剧中过多的吸烟镜头。但由于缺乏相关立法，影视剧“控烟令”对拍摄方的约束性不够强，导致影视剧“控烟令”往往流于形式。

由于影视剧中的吸烟行为往往与成熟、魅力、时尚联系在一起，这对青少年产生了潜移默化的影响，是造成青少年尝试吸第一支烟的重要原因。因此，国产影视作品应严厉杜绝少儿片中出现吸烟镜头，严禁出现在公共场所吸烟镜头。最重要的是，影视主管部门要严格执行审片制度，将画面中不该出现的“烟头”，摺灭在公映之前。

设立三大特色展区、四大主题展区，举办9场创意发布秀

## 山东纺织服装展示展销会精彩纷呈

□ 王佳声

2015山东纺织服装展示展销会将于5月23日至27日在济南市举办。本届展会突出“促进大众消费”主题，以观摩与购买、展示与展销、线上与线下相结合的多种方式，鼓励企业参与，引导大众消费。

展会将设立“一主四辅”五个会场：以舜耕国际会展中心为主，山东大厦、银座地下广场、东口服装城、世贸国际广场为辅助会场。共分为三大特色展区、四大主题展区，总展览面积约27000平方米。展会将汇集300多家企业、23个特色产业集群，30位中外设计师及品牌企业参加展会，举办9场创意发布秀、10场对标活动以及4场专题培训。

### 三大特色展区——

#### 电子试衣感受科技魅力

“文化的作用”特色展区主要展示山东省纺织服装方面非物质文化遗产的物化载体，强调传统文化的支撑作用。

“科技的连接”特色展区将集中展示电子试衣、3D打印等智能设备与纺织服装产业的连接，可穿戴设备与百姓生活的连接，让观众真实地体验到科技就在身边。

“时尚的未来”特色展区则主要展示时装与艺术、人文、环境的关系，引领山东服装发展趋势。该展区将以先进的、最具代表性的纺织服装企业提供典型代表产品，展示发展理念对于品牌的引领作用。

### 四大主题展区——

#### 尽显“互联网+”新思维

“齐鲁风尚”主题展区将以服装品牌展示为主，集合省内具有影响力的服装品牌，展示新创意、阐发新理念、塑造新形象，并与消费者深入互动，引领高端商业资源聚集。

“品质生活”主题展区以家纺类品牌为主，体现山东家纺品牌在产品、工艺、科技等方面的优势与探索。

“齐鲁制造”主题展区将主要展示新时代背景下，山东纺织服装行业的智能制造和设计

研发水平。“时尚网购”主题展区则以线上线下联动方式，尽显“互联网+纺织服装”新思维。

### 联合电商平台促进大众消费

山东纺织服装展示展销会将由“好品山东”联合国内知名电商平台、网上皇冠级店铺和垂直专业买手现场进行采购。目前已与阿里巴巴、衣联网、京东、建行善融、美团等数十家电商平台和200余户信譽好、销量高、拥有大批稳定买家、专业买手对接采购，将线下展品即时在网上展销。

展会之后，将发挥“好品山东”第四平台的作用，保持与本次参会的国内外知名网销资源的持续、稳定合作关系，推动我省参展企业建立更多的线上分销体系，使展会效果持续显现。

### 百团千人采购节拓宽商超渠道

山东纺织服装展示展销会专门设置专业采

购洽谈区，组织大型商超、专业服装批发市场以及国内著名电商平台，现场洽谈采购，促进我省品牌纺织服装进入各大连锁超市、专业批发市场和电商平台。

目前，已确定20余家大型商超及专业批发市场到会，参与展销会专门设置的“采购洽谈会暨百团千人采购节”活动，建立起我省参展企业与商超、专业批发市场的联系，拓宽生产企业入驻商超和批发市场的渠道。

### 开展品牌对标，提升品牌价值

立足我省参展企业优势、品牌定位和企业发展目标，展会将邀请法国、意大利、日本、韩国等国际知名品牌专家和设计师进行对标，并在此基础上，组织我省纺织服装企业设计师和企业家赴对方国家进行对标培训。

目前，已确定拉夏贝尔、森马、巴拉巴拉、阿仕顿、依文、浙江汇孚、江苏江派集团、九牧王、三友集团、韩国BOB集团、舒朗、大嘴猴、皮尔卡丹等知名品牌企业参与对标活动。另外，还设立“智慧接力棒”，

在精益制造、智能设备研发推广应用等方面进行专题培训。

### 发布时尚新品，展示大众品牌

展会期间，以睿士精选一商务时装、潮流智选一时尚时装、风尚优选一休闲时装等三个发布主题，共举办10场我省大众品牌新品专场发布会。

在泉城广场银座购物中心、东口服装城、世贸国际广场、银座网上商城、“好品山东网”等将设置分会场，现场展示、销售，吸引广大市民参与，为广大消费者提供一个集购买与品鉴为一体的开放式欢乐购物场所。

截至目前，已确定有772户企业参展，其中线下实体展参展企业230户，线上展430户，现场零售112户（其中76户参与现场线下零售与线上互动销售），特装展位占总面积的56%。组委会将通过多种渠道组织专业采购观众和市民观众3万人次到会参观、采购，其中商超、专业批发市场、电商采购人员等专业采购人员3000人以上，保证展会人气和展会实效。

FASHION  
CUBE 2015

# 推进转型升级 引领大众消费

山东纺织服装展示展销会  
Shandong Textile and Garment Trade Fair

主办单位：中国服装协会 山东省纺织工业协会

时间：2015年5月23日-27日

地点：济南舜耕国际会展中心 泉城广场 世贸国际广场 山东大厦 东口服装城