

守信者处处受益,失信者处处受限,纳税信用分量越来越重

信用修复让失信企业有“路”可走

本报记者 周烽

近日,2020年纳税信用评价结果出炉,参评的近3000万户企业纳税信用状况持续向好,纳税人依法诚信纳税意识不断增强,优质的纳税信用越来越成为企业长远发展的“金名片”。

随着我国纳税信用管理制度的不断完善,纳税信用成为衡量企业信用的重要指标。越来越多的企业尝到了守信的“甜头”,同时也有不少纳税人吞下了失信的“苦果”。

信用机制究竟能带来怎样的激励?戴上“失信”帽子的企业如何“摘帽”?需要纠错的企业还有没有出路?近日,记者对此进行了采访调查。

守信企业享受优惠“有门路”

“我们企业之所以能顺利拿到贷款,靠的是多年来一直保持良好的纳税信用,这为我们公司复工复产帮了大忙。”近日,河北省青县三元机箱制造有限公司经理李铁楼说。

记者了解到,这是一家生产电子机箱、机柜的专业厂家,受疫情影响,发货延迟,回款不畅,造成流动资金短缺。但凭借A级的纳税信用,企业很快收到银行提供的500万元贷款。优质的纳税信用不仅是解决融资难题的“金钥匙”,也是企业享受优惠政策的“敲门砖”。

作为浙江省首批集成电路“万亩千亿”新产业平台重大标志性工程,中芯国际微机电

阅读提示

近年来,随着纳税信用管理制度的完善,纳税信用成为衡量企业信用的重要指标。在加大失信惩戒力度的同时,我国也在不断探索信用修复机制,让失信企业有“路”可走。

和功率器件产业化项目,首期总投资就达58.8亿元。“项目投入庞大,资金需求也很大。”企业负责人赵奇谈道,之前因为企业刚成立,无法及时退还留抵税额,资金压力较大。“现在成为A级纳税人,很快就申请了2.8亿元的增值税增量留抵退税。”

记者采访发现,在不少企业看来,纳税信用已成为企业信用的“试金石”,分量越来越重。近年来,税务部门将纳税信用信息“推出去”“连起来”,不断对接社会信用信息,让守信企业在税收服务、融资授信、项目管理、进出口等领域享受更多优惠和便利。在新冠肺炎疫情发生后,不少企业更是将纳税信用转化成稳产能、渡难关的“真金白银”。

不给失信企业发展“断后路”

守信者处处受益,失信者处处受限。近年来,国家税务总局定期按照信用信息目录,向全国信用信息共享平台推送税收违法“黑名单”等税务领域信用信息。发改、金融、公安、市场监管、海关等部门据此联合实施失信联合惩戒,“杀伤力”十足。

然而,一个完善的纳税信用管理体系,不

但要有失信惩戒机制,还要有相应的信用修复机制,不给失信者“断后路”。

实际上,在建立纳税信用修复机制方面,我们国家的探索一直在进行。2019年,国家税务总局印发《关于纳税信用修复有关事项的公告》,明确自2020年1月1日起,纳税人发生未按法定期限办理纳税申报、税款缴纳、资料备案等事项且已补办的,可在规定期限内向主管税务机关申请纳税信用修复。

记者从国家税务总局了解到,政策实施以来,大约有70万户企业实现了评定档次“升级”。在2019年到2020年的评价中,有近6万户企业得益于信用修复机制升至A级。

“纳税信用修复机制对我们来说,是一个难能可贵的机会。”宁波广源纺织品有限公司财务负责人赵小龙对此深有感触,“信用等级修复为A级后,申请的400万元贷款很快批下来了。”

该公司上年度纳税信用等级为B级,今年受疫情影响,企业流动资金吃紧,但银行贷款利率、金额及放贷速度都无法满足需求。该企业在疫情期间申请纳税信用修复后,当地税务部门远程辅导他们填写表单,并开辟

办理“绿色通道”,及时启动复评审核程序,企业纳税信用等级修复为A级并顺利获得了贷款。

促使失信企业主动“寻出路”

纳税信用修复不给失信者“断后路”,还促使他们主动“寻出路”。近年来,玉环耀景洁具有限公司一直享受安置残疾人就业增值税即征即退税收优惠。

据了解,这项政策对纳税信用等级要求十分严格。去年,玉环耀景因为个人所得税没有按时代扣代缴扣了分,纳税信用等级比较低,影响了政策享受。但得益于信用修复,玉环耀景洁具最终获得了B级信用。“这个B级来之不易,以后一定更加规范经营、诚信纳税,努力争取A级。”公司负责人孙天满说。

记者了解到,今年的纳税信用评价结果发布后,企业能够主动纠正2019年发生的逾期申报缴税、非正常户等19种失信行为的,仍可在2020年底前向主管税务机关提出修复申请,改善自身纳税信用状况。

国家税务总局纳税服务司副司长张维华表示,下一步,税务部门将继续完善纳税信用管理制度、优化纳税信用评价方式、拓宽评价结果共享应用渠道,让守信企业一路畅通,失信企业处处受限,持续构建以信用为基础的新型税收服务管理机制,推动税收诚信与国家治理现代化全面接轨,服务经济社会高质量发展。



天津消费扶贫线上线下一齐提速

本报讯(记者张玺)记者近日获悉,通过开展扶贫展销会、年货节、单位福利消费、个人采购及线上线下销售等多种形式,去年天津市消费扶贫实际完成数额为15.87亿元。在此基础上,今年天津市在16区的商业综合体、大型超市、机场、龙头商贸企业、农贸市场、街道社区设立140余个消费扶贫爱心专柜、专区、专卖店等,继续推动落实消费扶贫。

据天津市商务局局长张爱国介绍,天津

成立了消费扶贫专项工作组,对甘肃、新疆、西藏、青海、河北承德5个受援地区开展消费扶贫。全市16个区均设立了消费扶贫爱心专卖店,销售天津市对口帮扶贫困地区的农副产品,为市民购买扶贫产品提供了便利条件。

同时,每日鲜鲜、津甘扶贫馆、京东天津扶贫馆等也积极销售扶贫产品,扩大了扶贫产品线上销售网络。天津市商务局还联合工商银行及部分商贸企业建立天津消费扶贫联

盟,搭建天津对口受援地区扶贫产品销售专区,创新扶贫模式,利用线上销售的优势资源,共同推进消费扶贫。

近期,天津市商务局与市扶贫支援办共同开展了消费扶贫云签约活动,共有218家企业及社会组织参加,签约合作及采购金额达15.25亿元。签约的有甘肃马铃薯、和田大枣、西藏牦牛肉等100多类优质产品,实现了精准对接、渠道畅通,有效推动了消费扶贫全面提速。



中国肉类食品综合研究中心进行消杀作业

6月21日,北京丰台蓝天救援队位于北京市丰台区的中国肉类食品综合研究中心进行消杀作业。此前,该中心有数名员工被诊断为新冠肺炎确诊病例。 新华社发(陈钟昊摄)

两部门发文再退出一批煤炭落后产能

今年煤矿数量控制在5000处以内

本报讯(记者李逸萌)国家发展改革委、国家能源局6月18日对外发布《关于做好2020年能源安全保障工作的指导意见》(以下简称《意见》),2020年再退出一批煤炭落后产能,煤矿数量控制在5000处以内,大型煤炭基地产量占全国煤炭产量的96%以上。

《意见》提出,要大力提高能源生产供应能力。在推动2019年新增储备能力任务落实的同时,引导再新增3000万吨左右的储煤能力;提升电力系统调节能力,2020年调峰机组达到最大发电负荷的10%;加快推进储气设施建设。同时,推进构建多元化电力生产格局,今年常规水电装机要达到3.4亿千瓦左右,风电、光伏发电装机均达到2.4亿千瓦左右,积极推动国内油气稳产增产。

针对能源通道建设,《意见》明确了主要任务,包括增加铁路煤炭运输、提升港口中转能力、统筹推进电网建设、推动油气管道建设、稳定进口油气资源供应等。在能源需求管理方面,《意见》提出要推动煤炭清洁高效利用、深化电力需求侧管理、持续提升天然气应急调峰能力以及提高中长期合同签约履约水平、建立健全能源市场体系。

《意见》明确,强化能源监测预警,密切关注境外疫情对全球能源供应链和产业链的影响,加强供需形势的密切跟踪研判,建立能源监测预警体系,动态监测能源安全风险,适时启动分级动用和应急响应机制。

利用95/96号码拨打骚扰电话问题仍突出

工信部要求加大呼叫中心业务管理

本报讯(记者孙喜保)记者近日从工信部获悉,为加强骚扰电话治理,保护用户合法权益,工信部发出通知要求各省通信管理局和三大基础运营商,加大对所辖呼叫中心业务经营者的管理工作,并在准入、接入、经营行为等方面提出了具体要求和措施。

据工信部相关负责人介绍,自2018年以来,工信部联合12个部门开展综合整治骚扰电话专项行动,取得一定成效,但利用95/96号码拨打骚扰电话问题依然突出。工信部表示,此次整治将坚持问题导向,抓住市场准入、号码管理、接入管理、经营行为管理和违规处置等五个关键环节,从严规范,力争短时间内有效遏制呼叫中心企业利用95/96号码拨打骚扰电话问题。

在准入方面,工信部要求,经营呼叫中心业务,须按规定取得经营许可。同时,呼叫中心电信业务接入号码原则上只开通呼入功能,对确需开通呼出功能的,企业须提交不违规呼出承诺书。为了加大监督力度,工信部还要求呼叫中心业务经营者应使用电信管理机构向其核配的电信业务接入号码提供服务,不得转让、出租或变相转让出租号码资源。

此次整治对三大基础运营商也提出了具体的要求,其必须认真核验相关企业的营业执照、许可证、号码证书、号码备案信息等材料以及业务方案,并留存记录。

工信部表示,为了保证此次整治行动的效果,下一步将组织各通信管理局强化对呼叫中心业务合规经营情况的检查。对存在违规行为的,视情节严重程度,依法通过约谈、曝光、行政处罚等方式,进行追责问责。

低首付购车、家电购物节、第二轮消费券

吉林推出新一轮促销费扩内需政策

本报讯(记者柳姗姗 彭冰)近日,吉林省政府制定出台《关于新一轮促销费扩内需的若干政策举措》,在扩大汽车消费、推动家电更新消费、促进旅游体育市场繁荣等方面,推出系列利好措施。

按照《政策举措》要求,吉林将落实好国家新能源汽车购置补贴、全面取消二手车限迁以及二手车经销企业销售旧车减按销售额0.5%征收增值税政策,鼓励金融机构执行个人汽车消费信贷最低首付比例,适当降低个人汽车消费贷款利率。

在推动家电更新消费方面,吉林鼓励家电生产、销售企业及电商平台等举办“周年庆”“购物节”等促销活动;加快家电更新升级,及时淘汰能耗高、安全性差的家电产品;鼓励购置节能型家电,有条件的地方可给予适当补贴。

为促进旅游体育消费市场繁荣,该省将开启“吉林旅游体育消费年”活动,推进旅游、文化、体育等行业扩大复工复产,逐步恢复国内航线和国内旅游。同时,将开发避暑旅游、冰雪旅游、康养旅游、文化旅游、体育旅游等特色产品,推出“旅游消费券”“体育消费券”,重点开展“长白山天池开冰直播”及全省近郊游、乡村游、休闲游、自驾游。

下半年,吉林计划在全省开展为期3个月的第二轮消费券促销活动,增设适用于景区、住宿饭店、健身场馆等市场主体的多种类型消费券,并采取板块轮动方式,带动多轮次消费热潮,帮助受疫情影响的行业走出困境,最大程度发挥政府消费券资金的撬动作用。

G经济观察

本报记者 杜鑫

疫情之下,宅经济大放异彩;随着复工复产的推进,各地夜经济渐渐复苏。近年来,除了宅经济、夜经济,它经济、代经济、脱发经济等各种“X经济”频频出现,活跃消费市场的同时,也赚足了眼球。

“X经济”引人关注不仅是因为新颖的造词,更是因为其背后往往是一个庞大的消费市场。它经济相关数据显示,2019年中国城镇宠物(犬猫)消费市场突破2000亿元,比2018年增长18.5%;脱发经济相关统计显示,目前中国有近2亿脱发人群,植发是一个不可小觑的大市场……

作为拉动我国经济增长的三驾马车中最重要的一驾,各地都在想方设法提振消费。频现的“X经济”,动辄导出千亿元的市场,其背后有一本提振消费的攻略。

攻略之一就是不断满足消费者升级、变化的需求。一方面,消费需求品质化、多样化、个性化是一个趋势,夜经济、它经济、代经济、脱发经济等都是找准了不同的消费需求点而催生出来的。比如,夜经济背后是都市群体的夜生活需求,它经济背后是接近1亿养宠物群体的实际需要。另一方面,要根据市场需求的变化,及时做出策略调整。比如,疫情期间,由于公共消费场所关闭,不少线下商家都纷纷转型线上,拥抱宅经济。餐饮外卖、在线娱乐、在线医疗、在线教育等大放异彩,宅经济的消费领域和市场不断扩大。

攻略之二是通过造词、营销,迎合消费

者,特别是年轻消费者的圈层文化,增强认同感、归属感,提升消费体验。有别于以往的大众传播,在新媒体时代,每个人都可以关注、传播自己感兴趣的信息,一些有着共同兴趣的人往往会形成一个小众的圈子,甚至创造出独特的话语体系、沟通方式。消费领域不断细分出各种“X经济”,正是迎合了这一文化,先入圈,再出圈。比如,它经济,从造词起名开始就入了“吸猫逗狗”的圈子,让消费者有认同感,再从宠物“生、养、玩、病、死”等多方面需求出发,创造出宠物车垫、宠物电热毯、宠物饮水器、自动喂食器等消费产品。

攻略之三是做好消费基础设施建设。以代经济为例,随着工作生活节奏越来越快,早些年也有委托“闲”人办事的消费需求,但是由于服务提供者匹配难度大、交易复杂、安全保障差等问题难以推进。随着互联网、移动

支付等技术的发展,这些痛点才得以缓解,代经济也应运而生。疫情期间,宅经济的火爆,同样得益于数字技术的普及和应用。

仔细研究“X经济”,可能还会有更多攻略被解读出来。但是,最根本的一条不会改变,就是要从供给端来解决消费的问题。无论是满足不同的消费需求、迎合圈层文化,还是做好消费基础设施建设,看似是消费升级驱动,背后实际都是供给端在发力。一方面提供满足消费者需求和圈层的产品;另一方面,又通过产品刺激消费需求,比如智能环境监测设备让很多消费者有购买冲动,解决“空巢宠物”难题。

总之,要想让消费者掏钱,关键在生产。有了生产,才能让更多人获得劳动收入,有钱消费;有了生产,才能满足、刺激更多消费需求。