

企业减负强推进 闯关破障增信心

——国务院第四次大督查聚焦“降低企业成本”见闻

■新华社记者 闫睿 刘红霞 刘开雄 胡林果 李黔渝 齐雷杰 张建

“国家为企业减税降费，你们感受如何？”“还有没有不合理收费困扰？”“帮助企业轻装前行，有哪些好建议？”……连日来，国务院第四次大督查各督查组持续聚焦“降低企业成本”工作，坚持问题导向，看落点、戳痛点、挖潜点，真抓实干、踏石留印，以期实现“今年再减轻企业负担1万亿元”的目标，让市场主体有更多“获得感”。

降低企业成本，激发企业活力

第六督查组17日抵达黑龙江后，组长刘伟首场便同省内12家企业围绕“降成本”进行了闭门座谈。“自今年7月1日起，国家简并增值税税率结构，公司生产的液化气等产品，税率由13%调整为11%。仅此一项，下半年就可为公司增加利润1300多万元。”中国石油天然气股份有限公司大庆炼化分公司财务负责人陈彩云在会上介绍道。

云南白药集团总经理尹品耀在向来访的第十六督查组介绍时说，国家实施的系列减税降费政策，对企业降成本起到了明显成效。2016年5月以来，集团在“营改增”政策中减少了税费支出约5000万元，实行社保费率阶段性降低、参与电力市场化交易，这两项每年可节约近600万元。

据了解，国务院第四次大督查，加入了“降成本”百家企业大调查这一创新环节。督查组所到的每个省市区选择前10家纳税大企业，通过企业填写“原始支出费用调查表”，督查组上门逐项核实、收表，从而力求掌握企业真实的税负情况。

在广州，捷普电子有限公司负责人给第十三督查组成员算了一笔账：受益于广州开发区出台促进投资的四个“黄金10条”、引进人才的两个“美玉10条”政策，企业一年就能少支出1800多万元。此外，推行企业直接向广州市黄埔区电厂购电，从原来每度8毛降至每度6毛多，一年也可以节省用电成本约400万元。

减税降费动真格，督查组核实也较真。

第一督查组在核查时发现，今年二季度，天津有些企业仍在缴纳本应于4月1日就停缴的“城市公用事业附加费”。是政策传递慢，还是地方执行力欠火候？督查组成员一面听取天津市相关部门回复，一面与国家发改委等部委进行“前后方联动”，做好核实工作，确保企业正当利益不受损害。

多地结合 省情再出实招“降成本”

督查发现，除国家出台相关减税降费政策外，各地也积极在降低企业能源、融资、物流、制度性交易成本等方面“闯关破障”，步伐正在加快。

打开“云南省投资审批中介超市”官网，一份省级投资审批中介服务事项清单就出现在首页显著位置。这个省规定，使用财政性和国有资金采购建设工程投资审批中介服务100万元以下项目，必须进入各级中介超市公开选取，最大限度减少人为干扰，在当地颇受欢迎。

到目前为止，已有36个资质类型2665家中介机构入驻，覆盖27个省份。第十六督查组成员了解到，截至今年6月30日，中介超市累计发布项目公告15567个、公开选取15397个、签订合同14069份、履约结束8715个，成交的中介服务项目资金节约率达35%。

为确保公平竞争，云南省还统一制定了中介超市运行规则和监督评价体系，对出具虚假证明或报告、扰乱市场秩序等严重违规行为者，纳入“黑名单”清退。目前，全省已对86家中介机构记录了89次不良信用，占中介机构的6%。

第六督查组了解到，黑龙江近五年来共降低企业成本约685亿元。其中通过落实营改增、小微企业税收优惠等政策，累计为企业减税降费约448亿元。今年以来，又先后放开机动车检测、地方铁路货运、海关监管仓库等48个涉企经营服务收费项目，取消了口岸设施维护费、土地交易服务费、矿业权交易服务费等6个涉企经营服务性收费项目。



贵州把降价电作为降成本的“牛鼻子”，极大地激发了经济发展活力。成立的全国首个多股东有限责任公司省级电力交易机构贵州电力交易中心有限公司，覆盖全省大工业电量超90%。通过电力直接交易使大工业用电价格平均下降9.17分。全省去年大工业用户因此减少电费支出50.66亿元。

深圳市还充分发挥财政职能，安排了130亿元资金回购高速公路，降低企业物流成本。吉林省国税局自2015年以来开展“银税互动”，与省内7家银行合作，累计实现小微企业贷款631笔，贷款总金额7.55亿元。

畅通发展“中梗阻”，改革一直在路上

督查中，仍有企业不时向国务院督查组反映，不合规、不合理收费依然存在。一方面，企业反映部分政府税费设置不合理、缴纳标准过高；另一方面，一些企业每年需缴纳的行业协会会费也是一笔不小开支，其中一些难界定、难拒绝。

针对此次督查中已经确凿的“部分行业协会涉企收费”乱象，国务院督查组有关负责人表示，将督促各地区、各部门按照党中央、国务院部署，加快行业协会与行政机关脱钩，从源头上切断行业协会与行政机关之间的利益链条。

一些企业认为，目前的税收征管体系造

成企业管理成本仍然较高。天津一家中外合资的大型企业财务负责人向第一督查组反映，一些小税种的金额负担并不重，但恰恰是为了应缴这些“不重”的税种，企业却付出了很大的管理成本。如目前印花税按照合同征收，大型企业每年合同量很大，这就带来高额管理成本。又如，房产税的会计核算方式与计税方式不一致，导致企业核算税收成本较高，还存在政策风险。

河北省一些企业反映认为，为解决冬季大气污染问题而出台的机动车限行政策，对有刚性出行需求的物流、快递企业，无形中增加了燃油、车辆、人工成本。他们支持政府在环境保护方面做出的规划，但也盼望政府在环境保护与企业发展间的关系，将改革发展中遇到的新情况、新特点，纳入统筹考量。

多个督查组人员建议，国家有关部门对税收、政府性基金、行政事业性收费进行一次统筹研究，明确各自征收范围、征收合理性，确保各部门政策、各收款项细则之间不相互掣肘，做好减轻企业负担政策储备。对行业协会商会、各类中介机构收费项目要全面清理整顿，不合理的要取消，保留的要降低收费标准。降低制度性交易成本、企业用能用地价格、融资成本。与此同时，加大督查和改革力度，保持简政放权力度不减，确保“降低企业成本”效果不打折扣。

从全面下滑 到多方共赢

——东北最大煤炭企业龙煤医院混改观察

■新华社记者 李建平

患者满意度98%以上、职工人均收入提高32%、医院基础设施投入6亿元、医院住院量上涨6%。一年前还处于药品缺乏、收入下滑、工资欠发状态的黑龙江龙煤矿业控股集团有限责任公司下属40家医院，在与民营资本进行混合所有制改革一年后为何发生如此变化？记者对此进行了蹲点调查。

无论姓“公”姓“私” 一心服务群众才是“好医院”

49岁的白内障患者龙生贵在“家门口”的鸡矿医院得到了北京医院著名眼科医生的医治，“没想到能请来北京名医，省去了进京费用和排队奔波。”龙生贵说，他的幸运得益于龙煤集团医院股权转让。

去年7月以来，龙煤医院的控股方——北京晋商联盟医疗事业部先后组织北京医院等全国知名医院专家赴黑龙江现场义诊30余次，义诊患者超1800人次。

改革一年间，龙煤集团各医院降低大型设备检查费用；逐步推进取消药品加成；组织大型义诊、社区服务，参与事故救援；筹组慈善基金解决困难患者“因病致贫”等。

鸡矿医院、双矿医院等负责人介绍，为改变重技术轻服务作风，各医院成立了患者服务部和基层医疗服务部，对上万名患者进行一对一回访，定期开展患者满意度调查，同时优化就医流程，加强门诊服务，医患纠纷明显减少。

“无论医院姓‘公’还是姓‘私’，服务好群众是必须守好的底线。”作为40家龙煤医院“掌门人”的晋商联盟董事长李建国提出，将来会考虑对龙煤医院利润增长进行上限管控。

无论“铁饭碗”“瓷饭碗” 获得感增强是“好饭碗”

“我到七煤医院上任第一天，迎接我的是3名骨干医生的辞职信。”从双矿医院副院长调任七煤医院院长的宋德华切身感受到医院改制对职工思想的冲击。从公立变民营，从“铁饭碗”到“瓷饭碗”，如何稳定龙煤医院8000多名职工的思想？

晋商医疗总裁薛东波说，他们首先稳定医院管理团队，赋予医院管理者明确、充分的授权，实行年薪制，并对各医院实施薪酬和绩效考核改革，提高职工工作效率和收入。同时，通过与知名医院合作，增加医生培训、进修机会，开辟医疗人员专业技术晋升通道，破除职务晋升“独木桥”。

“我现在工资比去年涨了一倍多。”鸡矿医院CT室副主任陈波说，改革解决了冗员低效，“这样的改革我举双手拥护”。

龙煤医院还积极加强混合所有制企业党建。鹤矿医院院长颜景望说，经与省市沟通，医院实现了党组织属地化管理。双矿医院党委书记宋金玉说，党建与经营紧密结合，对医院改革过渡发挥着重要作用。

无论“过去”“未来” 发展壮大是“硬道理”

去年7月22日，龙煤集团与晋商联盟签署医院股权转让协议，这一涉及5家三甲医院、30多家一二级医院、8000多名职工，以及4个煤炭资源型城市400多万人口医疗保障的改革，受到高度关注。

医院改制后会不会过度医疗？药品、服务价格会不会上涨？医生会不会大批流失？群众会不会增加负担？

黑龙江省国资委副主任金建国认为，龙煤医院改制在全国医疗服务机构整体改制和股权转让中，是资本金额最大、涉及医院家数最多、医院级别最高的案例之一。改制一年来，基本形成企业效益增长、职工队伍稳定、社会效益显著的共赢局面，这为国企混合所有制改革、公立医院引进民营资本等积累了经验。

为提升发展后劲，晋商医疗不断改善各医院软硬件环境。七煤医院5.6万平方米医技外科综合楼开工；配备大型诊疗设备200余台（套）；结合当地疾病治疗需求与医院专业特点明确重点学科建设，其中双矿医院通过中国胸痛中心申请认证。

关爱红军后代 做好公益实业

四川省和谐事业促进会失散红军后代关爱中心设立黑水基地

7月25日，四川省和谐事业促进会失散红军后代关爱中心在黑水县芦花会议会址举行了黑水基地授牌仪式，四川西部经济文化发展研究院党支部书记、失散红军后代关爱中心主任朱明河，黑水县芦花会议会址保护与管理协会会长彭初，黑水县文体广新局、民政局等领导以及部分失散红军后代代表参加了授牌仪式。

仪式上，四川水情科技有限公司捐赠了大米、菜籽油，国家健美健身队集训基地（成都训练中心主任）、中健亿科健身服务有

限公司董事长夏春秋和国家健美健身队助理教练赵石榴向关爱中心黑水基地捐赠1000元现金。据悉，1935年，红军长征三进黑水县，在其境内生活了150多天，有大量红军因病因伤而散落在此。生活在这里的红军后代，由于受到地理等条件的限制，大部份人还没有脱贫。

四川水情科技有限公司于今年3月到黑水县考察，在红军芦花会议会址参观学习时，了解到这一情况后，在四川省和谐事业促进会及黑水县芦花会议会址保护与管

理协会的支持和参与下，成立了失散红军后代关爱中心，旨在开发红色文化，弘扬核心价值，投建公益实业，关爱红军后代。

关爱中心在黑水设基地，由于黑水县有深厚的红色文化资源。1935年6月至1936年8月，红军长征途经黑水，广泛宣传革命真理，唤醒广大藏族人民的思想觉悟，建立了区、乡苏维埃政权，播下革命火种，进行了不屈不挠的战争，消灭了敌对势力，召开了著名的芦花会议，统一了北上思想。

据了解，红军长征在黑水历经千辛万

苦，战胜艰难险阻，广大藏族人民为支持红军北上，进行了积极的捐粮、捐物活动，粮食达710万斤，为长征取得胜利打下了坚实的基础。红军芦花会议会址被国务院列为重点文物保护单位，四川省爱国主义教育基地，中国红色旅游名目。失散红军后代关爱中心黑水基地的设立，对因地制宜、因人而地进行失散红军后代的帮扶，搞好公益实业的开发投建，为当地创业就业搭建平台具有现实作用。

(文明)

近期，网络直播的一大类场景应用——商务直播，因偏严肃的定位受到了企业青睐，悄然间步入成熟。预计下一阶段，商务直播市场逐步将形成“一超多强”的大格局。

资本推动模式创新 商务直播进入千元时代

近日，占据商务直播领域市场份额71.8%的微吼直播“煽动”了一场新的行业风暴。凭借一款面向中小企业用户的“无极版”直播产品，微吼直接将企业直播价格拉入千元时代，为国内2000万中小企业实施“互联网+”打造了一个高性价比平台。业内普遍认为，未来“无极版”或将成为中小企业直播自宣的标配，而以财经视角观察，边际成本优势、资本的青睐、商业模式的创新，让微吼实施价格策略有了更多的腾挪空间。

创新模式 化身企业直播界“网红”

提及网络直播，人们首先想到的是网红经济。然而，网络直播的另一大场景应用——商务直播，却因偏严肃的定位受到了企业青睐，悄然间步入成熟。以微吼直播为例，深耕商务直播行业已然7年，基于各类场景的会务直播已超过260万场，微软、雪佛兰、美的、海航、蒙牛、平安、同济大学等都与微吼建立了合作关系。

就在这个盛夏，微吼开启了商业模式创新的大门。一款被微吼称为“无极版”的直播产品，允许企业用户以6000元的包年价格，不限流量、不限并发，随时随地开启一场专业级直播。

“微吼的新策略，让人自然联想到小米。”有专家表示。此前一场商务直播的价格不会低于2万元，“无极版”的高性价比优势，如同当年小米推出“发烧”千元智能机，会对未来企业直播的商业模式带来一场颠覆。

创新理论的真祖熊彼特给人们带来了“创造性颠覆”的概念，指出每一次大规模的创新都淘汰旧的技术和生产体系，并建立起



●微吼直播 CEO 林彦廷：直播能解决企业的刚需。

新的生产体系。微吼“无极版”以流量无极限的6000元包年定价策略，真正意义上开启了商务直播领域的会员模式，这使得新的增值业务和巨大的会员流量都将成为商务直播变现的新渠道，打破了以往该领域“一手交钱一手直播”这一单一商业模式的巨大瓶颈。

“这就像小米用MIUI聚拢米粉，再走出由手机到生态链的道路一样，背后都是商业模式的创新。”专家如是说。

扩大“消费者剩余” 实现市场扩张

商务直播市场前景广阔，预计到2020年，国内线上市场规模或将达到3000亿元。与此同时，商务直播没有网红的“道德原罪”，发展获得监管部门鼓励，再加上从C端网络直播转型的平台和资本加快布局，仅

2017年上半年，商务直播领域就增加了几十家“素人”。

“海水”中的鱼儿越来越多，但市场“燃点”却没有如期而至。其中原因在于，高端市场已由微吼等“老牌”平台占据，而大量的中小企业对于低价高效直播的需求却被有意忽略。

微吼“无极版”无疑将成为开拓新市场的启蒙者。根据“消费者剩余”理论，需求价格高于市场价格，就会实现市场的不断扩张。“微吼的价格策略是依据需求价格制定的，是为了满足目标群体需求，而非对行业发动价格战。”微吼直播CEO林彦廷表示，微吼希望借此做大市场蛋糕，并不排斥后来者开展领域创新。

微吼凭借自身多年的技术创新优势，不断优化成本边际曲线，有能力以较低的价格满足中小用户的基本需求。新产品还以标准

化的设定，支持企业通过网络应用实现“自助餐”式的直播，邀约洽谈、合同签署、直播执行等传统上需要双方投入人力、精力的环节都将实现标准化、平台化，这将进一步促进微吼包括营销、执行在内的各类成本下行。综合各方面成本优势，微吼实施价格策略可谓颇具底气。

“爆品”投中资本篮筐

微吼直播“无极版”既是行业发展的需要，更是资本的选择。

2017年，微吼完成了由国内知名PE投资的C轮融资，始终脚踏实地的微吼期待用“爆款”产品代替“故事”，向投资者交上一份满意的答卷。

“资本市场青睐‘爆款’。”专家表示，收割流量、口碑、销售额，“爆款”战略符合互联网时代的思维，微吼“无极版”正是这一思路下的产物。以往专注B端的企业都稳扎稳打，成长曲线相对平缓，微吼直播打造“无级版”产品，借鉴了2C领域的价格战打法，可以迅速扩展市场，未来“无极版”或将成为中小企业直播自宣的标配，这将为资本带来巨额回报。

“可以说微吼的‘无极版’标志着商务直播竞争进入新阶段。”业内人士认为，从技术壁垒，到资本壁垒，再到资源壁垒，微吼再次定义了企业直播市场，提升了整个行业的门槛。在微吼把产品定价直接降到千元时代后，很多玩家会出局，新进入者也需要更多资本。

多位专家预测，在微吼直播“无极版”取得成效后，必然有更多资本入局，B端市场也会有更多硝烟弥漫的味道。可以预见，下一阶段，商务直播市场逐步将形成“一超多强”的大格局。

(吕红)