

长江经济带十一省市环境污染犯罪可从重处罚

最高检 20 日联合最高法、公安部、司法部、生态环境部发布了关于办理环境污染刑事案件有关问题座谈会纪要。其中,在关于从重处罚的认定中,明确对于发生在长江经济带十一省(直辖市)的下列环境污染犯罪行为,可以从重处罚——

一是跨省(直辖市)排放、倾倒、处置有放射性的废物、含传染病病原体的废物、有毒物质或者其他有害物质的;二是向国家确定的重要江河、湖泊或者其他跨省(直辖市)江河、湖泊排放、倾倒、处置有放射性的废物、含传染病病原体的废物、有毒物质或者其他有害物质的。

最高检新闻发言人王松苗在最高检召开

的新闻发布会上介绍,近年来,“两高三部”高度重视依法惩治环境污染违法犯罪活动。随着查办环境污染犯罪案件的增多,地方司法机关普遍反映实践中存在着确定管辖难、调查取证难、司法鉴定难、法律适用难等突出问题,建议有关部门高度重视并予以解决。

为了解决办理环境污染刑事案件遇到的新情况新问题,统一法律适用,指导司法办案,推进行政执法与刑事司法有效衔接,“两高三部”多次联合召开座谈会,研究磋商形成了纪要稿。

这是“两高三部”首次就办理环境污染刑事案件有关问题联合出台专门文件。据介绍,

纪要坚持问题导向,努力破解当前办理环境污染刑事案件中的重点难点问题。特别是对单位犯罪认定、犯罪未遂认定、主观过错认定、严格适用不起诉和缓刑刑以及案件管辖、司法鉴定等近年来地方执法司法机关反映比较集中的具体问题“把脉会诊”“对症下药”,作出明确具体规定。

纪要指出,办理环境污染犯罪案件,认定单位犯罪时,应当依法合理把握追究刑事责任的范围,贯彻宽严相济刑事政策,重点打击出资者、经营者和主要获利者,既要防止不当缩小追究刑事责任的人员范围,又要防止打击面过大。

纪要明确,对于行为人明知其排放、倾

倒、处置的污染物含有毒害性、放射性、传染病病原体等危险物质,仍实施环境污染行为放任其危害公共安全,造成重大人员伤亡、重大公私财产损失等严重后果,以污染环境罪论处明显不足以罚当其罪的,可以按投放危险物质罪定罪量刑。

“纪要体现了最严格的环保执法司法制度、最严密的环保法治理念,对环境污染犯罪敢于亮剑、绝不手软,对情节恶劣、后果严重的犯罪行为从严打击、从重处罚,把刑法和相关司法解释的规定用足用好,使之真正成为‘有牙齿的老虎’,形成对环境污染违法犯罪的强大震慑。”王松苗说。

(陈菲)

福建未来 3 年将减免“六税两费”逾 135 亿元

记者从福建省财政厅获悉,为落实中央减税降费政策要求,福建省已明确对增值税小规模纳税人按 50%减免“六税两费”,预计今年可减税约 45 亿元,在未来 3 年政策执行期间预计共减税费 135 亿元以上。

我国最近陆续推出多项针对小微企业的普惠性减税措施,其中关于资源税、城市维护

建设税、房产税、城镇土地使用税、印花税(不含证券交易印花税)、耕地占用税和教育费附加、地方教育附加等“六税两费”的优惠减免成为企业关注热点。

福建省财政厅表示,今年起福建将进一步放宽增值税小规模纳税人免税标准和企业所得税小型微利企业的标准,预计可推动减

税政策惠及福建省 96%以上的纳税企业,其中约 99%为民营企业,进一步强化减税政策的普惠性。

面对部分小微企业可能存在财会部门人手不足、经验不够的情况,福建省同时推出了“三个无需”和“三个自动”便利措施。在此次小微企业普惠性减税过程中,凡符合条件的

纳税人,均无需任何审批流程、无需任何核查手续、无需任何证明资料,只要如实填写纳税申报表即可享受减税;同时,凡采用电子申报的方式,只要纳税人项目填写完整,信息系统就可以自动识别、自动计算、自动成表帮助享受减免税优惠。

(黄鹏飞)

人勤春早元气满——苏州工业园区开年见闻

■ 新华社记者 蔡玉高 陈刚 朱程

人才市场热闹起来,企业车间运转起来,政府服务忙碌起来。新年伊始,在综合发展水平连续三年蝉联国家级经开区首位的苏州工业园区,人们信心满怀,再次出发。

招人揽才 开门复工

春节假期后第一个周五,苏州工业园区人力资源市场涌进了 3000 多位求职者,在一个个展位前排起了长龙。从事半导体生产 4 年多的“90 后”小朱,在现场“挑”起了工作,“我有职业资格证书,工作不难找,更关注企业发展势头和生活配套。”

“这几天,园区迎来一波复工小高潮。”市场负责人之一芦磊说,友达光电、绿点科技、伟创力等一批“用工大户”已经开工,这里 12 日就举办了节后首场招聘会,除制造业企业大规模招工外,物流、餐饮等服务型机构的用人需求也较大。为帮助求职者尽快找到合适工作,市场专门提供免费接驳、自助打印等服务。

人才市场供需两旺,折射出一批企业“元气满满”的发展状态。“1 月订单就达到 5000 万元,2 月预计也有这个数,按这个势头,我们

有信心完成今年 6 亿元的销售目标。”儒拉玛特自动化技术(苏州)有限公司董事兼执行总经理白世泰说。

据了解,开年以来,苏州工业园区的重点企业、项目整体开工状况良好,近期还将迎来一波开门复工小高潮。

感知世界 顺势而变

“美国上市公司平均寿命只有 10 年,大部分因路径依赖被淘汰。我们几乎每年都在调整,以适应市场、跟上消费趋势。”宝时得集团创始人、总裁高振东说,开年第一件事,就是让各部门、员工梳理工作,寻找优化方向。

虽然外部环境复杂多变,但依靠感知世界变化,未雨绸缪、顺势而变,这家主营高端工具业务、经历多次市场风浪的企业,当下正牢牢把握市场主动权。

在苏州工业园区,一批嗅觉灵敏的企业,正在主动谋划新发展。15 日,原创新药研发企业亚盛医药任命了一位拥有 25 年行业经验的首席商务官。公司创始人杨大俊博士说,期待在新首席商务官的助力下,充分挖掘亚盛医药在细胞凋亡靶向产品线的独特优势,领导公司跨入商业化进程。

积极融入国家战略,也成为一批企业的



追求。新建元控股集团跳出传统房地产思维,以“产城融合集成服务商”为定位,积极响应长三角一体化等国家战略。“今年,我们要探索飞地经济新模式,以政企合作推动跨区域协同发展。”新建元控股集团董事长叶晓敏说。

做优环境 厚积薄发

就在几天前,恒瑞集团给苏州工业园区送来了感谢奖牌。“在园区‘一站式’服务下,集团医疗器械总部顺利落户园区,自前期注册到明确土地供应,花了不到 3 个月时间。”公司一位负责人说。

苏州工业园区以亲商闻名,自成立以来不断提升政府服务能力,既在企业顺风顺水

时当好“店小二”“服务员”,也在企业遇到困难时当好“急郎中”。

为帮助企业提升“内功”,园区推动存量企业增资扩容,引导企业由成本取向转为市场、创新和高科技取向。同时设立股权交易中心、基金小镇、科技支行,开展投贷联动、融资租赁、商业保理业务试点,为企业转型升级畅通融资渠道。

今年,苏州工业园区还将在开办企业、获得信贷、获得水电气等方面研究出台一批新举措,纵深推进“放管服”等系列改革,继续高标准优化营商环境。

“园区将站在更高起点谋划和推进改革,坚持问题导向,找准改革‘靶点’,不断激发制度活力。”苏州市委常委、苏州工业园区党工委书记吴庆文说。



上海洋山港 建造国内大型 LNG 储罐

2 月 19 日,上海洋山港,由上海液化天然气有限公司发包,中国核工业第五建设有限公司承建的 LNG 接收站二期项目,自 2017 年 12 月 29 日开建,至 2020 年 6 月 30 日完工。该项目正在建设的 2 个 20 万立方米储罐,建成后每年可供气 84 亿立方米,从马来西亚进口的液化气可通过 36 公里长的输气管道送往上海的千家万户。

该罐体的外罐使用宝钢的 S275 钢种,内罐使用宝钢的 9Ni 钢钢种,9Ni 钢由宝钢生产、江苏靖江大明加工中心辅助后期制作,使用国内最宽幅钢板达 3711mm 宽度。

杨木军 吴伟 摄影报道

创业路上追梦人

■ 新华社记者 杨敬忠 郭阳

在澳大利亚南部城市墨尔本的一间办公室,95 后中国女孩李曼聪接到父母打来的越洋电话时,不禁潸然泪下。今年,在外打拼的她,没法回国过年。

现年 23 岁的李曼聪是墨尔本一家 PTE 考试培训机构创始人,目前在墨尔本大学攻读教育学硕士学位。不久前,她和两位同龄的合伙人共同创立了这个机构。

“公司刚创立不久,正缺人手,好几位同事都在坚守,我不好这个时候回国。”她说。

谈到创业初衷,李曼聪告诉记者,最初点燃她创业热情的,竟是一段不愉快的培训经历。

PTE 学术英语考试是被许多澳大利亚高校认可的英语测试,凭借考试成绩申请澳大利亚签证,对有志在澳求学的留学生十分重要。李曼聪大学本科毕业时,要参加 PTE 考试,于是在当地一家教育机构报名参加培训。

“所有课程都上完后,我发现语言水平并没有多少长进。不过,这件事却给我很大启发,让我有机会更多了解这个行业。”经过调研,李曼聪发现 PTE 培训市场潜力巨大,几经考虑决定自己做培训机构。

创业路上,李曼聪结识了同样对培训行业感兴趣的 95 后留学生党儒帅和辛宇。三个人经营理念一致、目标客户群体也重合,很快就结为创业伙伴。

李曼聪的创业梦根植于中澳经贸人文密切交流的沃土。近年来,伴随更多中国学生选择留学,澳大利亚教育产业迎来了发展良机。中国已连续多年蝉联澳大利亚第一大国际留学生来源国。

创业之路艰辛、孤独。由于担心生病倒下,李曼聪强迫自己坚持晚上跑步。“创业让我没法像其他留学生那样生活,我学业、创业两边都要顾,弦绷得很紧,”她说,“太辛苦了,尤其是前期。没有热爱,肯定扛不下来。”

公司成立以来,课程设置、市场推广、招兵买马,……一切都在有序推进。在李曼聪看来,招生环节是最大的难题。“不是简单地贴个海报、发个传单就有人来,还要跟具体的合作商谈判协作,跟留学移民机构谈开源引流。这样才可能从众多竞品中脱颖而出。”

李曼聪透露,刚开始招生的第一个月情况特别糟糕,只有两个人报名。为此,她和伙伴们通过各种渠道扩大公司知名度,提高学员获得感,功夫不负有心人,第二个月招来了 20 人。随后业务量开始成倍攀升。同时,投入增加、规模扩张带来的各种压力开始显现。

幸运的是,李曼聪遇到了深耕教育培训业的天使投资人,并拿到了创业以来的第一笔外部注资。

“没有免费的午餐。拿到天使投资,只是第一步。”李曼聪说。根据投资协议,李曼聪的创业团队 2019 年和 2020 年要实现营业收入倍增的目标。如果无法兑现,创业团队就要出让更多股份给投资方。

这是一场勇敢者的“游戏”。重压之下,李曼聪和两个伙伴果断舍弃容量有限的原址,另辟新区。他们马不停蹄地租办公室、注册、备案、开户。几周下来,名为“满酷语培”的新校渐渐成形。如今,新校址的教室、咨询室、机房等设施功能齐备,为扩大招生规模打下了基础。

“爸妈总问,你这么拼是不是因为生活费不够?我说不是。创业是为梦想而战,”李曼聪说,“创业本身就是很好的历练机会。不管多难,我和小伙伴们都会义无反顾往前走。”

李曼聪告诉记者,他们的最终目标是把培训机构开到中国去。“回国发展是中长期目标,未来的希望在中国市场。只有尽可能接近终端市场,直接对接国内客户,我们才能最终做大做强。”

谁才是 2019 年汽车市场的“火车头”

“火车跑得快,全靠车头带”。在中国汽车工业发展的几十年中,从两厢轿车到三厢轿车,再到 SUV,每个时代都有“火车头”见证着汽车市场的成长和进步。在它们的牵引下,一批又一批汽车企业快速发展壮大起来。因此,谁能抢占风口,率先打造出“火车头”,谁就可以赢得未来几年甚至 10 年的发展先机。

在经济下行压力、SUV 市场热度消退等多方面因素共同作用下,2018 年中国汽车市场出现极为罕见的负增长态势。虽然车市进入寒冬季,但在其中,仍有不可忽略的亮色。

去年中国豪华车市场并没有受到“寒流”的影响,全年总销量超过 280 万辆,同比增长超过 9%,市场份额提升至汽车市场整体的 8.9%。与此同时,新能源汽车去年的产销量分别为 127 万辆和 125.6 万辆,比 2017 年分别增长 59.9%和 61.7%,保持住了强劲的上升势头。

面对 2019 年风云诡谲的汽车市场,豪华汽车和新能源汽车的销量能否持续上升,谁又将成为今年引领汽车市场发展的“火车头”?

一线豪华品牌保持齐头并进

虽然去年汽车市场的主旋律是“负增长”,但这并不能阻挡奥迪、宝马和奔驰大步向前的步伐。2018 年,奥迪、宝马和奔驰的年销量均突破了 60 万辆大关。

其中,作为最早进入中国市场的豪华车品牌,奥迪在中国的本土化优势明显,国产车型的销量表现强劲。

2018 年,奥迪全年在华累计交付新车 66.09 万辆,同比增长 11%。其中,奥迪国产车型 2018 年累计交付新车首次突破 60 万辆大关,达到 60.07 万辆,同比增长 10.2%。

从车型上来看,奥迪 A6L、全新 Q5L、A4L 等车型的全年销量超过 10 万辆,奥迪 A3、奥迪 Q3、全新奥迪 Q2L 三款 A 级车型的销量成绩也较为亮眼,成为奥迪品牌销量增长的新的驱动力。

产品上的多元化发展优势也转化为销量上的亮眼表现。在 2018 年下半年,奥迪连续 6 个月夺得国内豪华车市场月度销量冠

军,最终卫冕国内豪华车市场单一品牌销量冠军,中国市场也再次成为奥迪全球范围内最大的单一市场。

表现出色的还有奔驰,去年奔驰品牌及 Smart 品牌在中国市场共交付 67.41 万辆,同比增长 10.3%。其中,去年奔驰在华销量突破 65 万辆,同比增长 11.1%,其国产车型的销量占比总销量 70%以上。尤其在 2018 年上半年,奔驰品牌表现强劲,前 6 个月几乎包揽了所有豪华车细分市场的单月销量冠军。

在业内人士看来,随着全新 CLS 四门轿跑车、新长轴距 GLCSUV、全新长轴距 A 级轿车等车型的陆续上市,这些更年轻化的产品增强了奔驰的竞争力。

2018 年,宝马在中国市场的销量达到 63.9 万辆,同比增长 7.7%,这是宝马集团自 1997 年正式进入中国市场以来最好的销售记录。具体来看,2018 年上半年宝马在华表现平稳,累计销量约为 30 万辆,同比增长 2.2%;下半年宝马在 X3 等车型的拉动下,销量攀升明显。

值得一提的是,去年宝马集团在新能源汽车领域的表现亮眼,在华累计销售 2.34 万辆新能源汽车,在高档新能源汽车市场的销量排名第一。

在销量集体高歌上扬的同时,奥迪、宝马和奔驰组成的一线豪华车阵营彼此之间的销量差距逐渐缩小,三家品牌之间竞争愈发激烈,且竞争层面不再单一。“实际上,奥迪、宝马和奔驰之间的竞争不再是集中于某一细分市场,而是扩展到全系车型。从产品层面来看,奥迪、宝马和奔驰的产品推出节奏也都在加快,不是在集中于某一时间段。”在汽车行业分析师曹鹤看来,奥迪、宝马和奔驰之间的“旗鼓相当”,一定程度上扩大了彼此之间竞争的广度和深度。

“2018 年的豪华车市场表现是超强的。”全国乘用车联席会秘书长崔东树直言,“其增长原因主要是购车群体消费升级的换购需求推动的效果,同时也是中国年轻群体对于豪华品牌需求的增长,也拉动了豪华车的较快增长。这两个原因都非突发性因素,因此也会推

动豪华品牌在 2019 年继续向好发展。”

二线豪华品牌差距逐渐拉大

与奥迪、宝马和奔驰之间较稳定的“三足鼎立”不同,二线豪华品牌 2018 年的表现差距逐渐拉大,市场的淘汰赛开始了倒计时。

其中,在二线豪华品牌阵营中,凯迪拉克名列前茅。2018 年,凯迪拉克在华累计销售 22.8 万辆,同比增长 31.8%。值得注意的是凯迪拉克也成为继奔驰、奥迪、宝马之后第四个闯入“年销 20 万辆俱乐部”的豪华品牌。

除凯迪拉克的高增长之外,雷克萨斯在 2018 年也取得了非常不错的成绩。随着汽车进口关税下调政策正式实施,雷克萨斯在 2018 年下半年迎来销量的“爆发式”增长,以全年销售 16.05 万辆,同比增长 21%的成绩创下历史新高。

随着国产的 XC60 和 S90 车型的稳步增长,沃尔沃也逐渐走向了上升的正轨。2018 年沃尔沃在华累计销量突破 13 万辆,同比增长 14.1%。

与凯迪拉克、雷克萨斯的强劲增长,沃尔沃的稳步增长相比,英菲尼迪、讴歌、DS 等品牌的销量情况不容乐观,两极分化十分严重。

2018 年,英菲尼迪官方公布的销量为 4.6 万辆,同比下滑 4%。而讴歌经销商年度零售统计销量为 1 万辆,同比下滑 32%。虽然去年 11 月讴歌中型 SUV RDX 上市,但销量却没有很大起色。此外,DS 品牌全年销量没有超过 5000 辆,几乎已经沦落到市场末端。

“目前,豪华品牌之间的两极分化越来越严重,二线阵营之间的年销量差距将拉大到 10 多万辆。在他看来,这三个领域也将成为二线豪华品牌今年角逐的关键领域。

汽车流通行业分析师桑之未指出,目前中型轿车、大中型轿车以及中型 SUV 市场是豪车车市场中最关键的细分市场,这三个细分市场的销量之和占整个豪华车市场的 67.7%。在他看来,这三个领域也将成为二线豪华品牌今年角逐的关键领域。

(来源:中国青年报 作者:张真齐)