

2017年减税降费仍有“大戏” 规模将超7000亿

陈益刊

“明年要按照政府过紧日子、更多为企业发展减负的要求,继续大力实施减税降费政策,激发活力、培育税基,为促发展、保民生提供支撑。在今年减税降费规模超过6000亿元的基础上,李克强总理日前主持召开国务院常务会议,明确2017年继续实施大规模减税降费政策。

尝到了减税降费“甜头”的企业都在关注一个问题:明年政府减税降费还有什么招数?接受记者采访的专家认为,今年营业税改增值税(下称“营改增”)减税规模超5000亿元已经充分释放了减税效应,减税空间有限,降低目前17%的工商业增值税税率值得期待。降费则仍有较大空间,比如继续降低社会保障费用、清理名目繁杂的收费等。

为给全面实施营改增留出减税空间,今年财政赤字率提高到了3%的历史高点。国家行政学院经济学部教授冯俏彬对记者分析,在当前经济下行、财政收入紧张的情况下,明年继续实施大规模减税降费,需要进一步提高财政赤字率,“可能提高至3.5%左右。”

李克强在上述会上表示,从当下看,减税无疑会带来财政收支平衡的压力。但让企业过好日子,政府就要过紧日子。从长远看,这项改革不光对企业有利,对国家财政也有利。

明年减税降费或超7000亿

在中央首次强调降低宏观税负,以及在供给侧结构性改革中降低企业成本的背景下,减税降费成为2016年的关键词,今年5月1日全面推开营改增则是本届政府最大的减税举措。

李克强11月29日主持召开国务院常务会议,听取全面推开营改增试点减税降费情况汇报。自今年5月营改增试点全面推开以来,新增试点的金融、建筑、房地产和生活服务业四大行业减税额呈逐月放大趋势,26个细分行业全部实现了总体税负只减不增的预定目标。加上前期试点行业和原增值税行业通过营改增的减税额,预计全年减税总规模将超过5000亿元。

国家税务总局数据显示,今年1-9月,营



改增累计减税达3267亿元。

不少企业也实实在在感受到了营改增这一减税“红包”。

一位日用消费品企业财务总监告诉记者,受惠于营改增,进项抵扣增多,公司今年减税规模达1亿元。

“营改增全面推开,让松鹤楼这棵老树开出新枝,预计今年将是松鹤楼史上经济效益最好的一年。”苏州松鹤楼餐饮管理有限公司总经理赵罗平表示,松鹤楼今年营收预计达到4.5亿-5亿元,减税高达1600多万元,公司全年盈利达到2500万元以上。

减税效应凸显后,纳税人更愿意缴纳增值税,截至10月底,上述四大行业新增53万纳税人。

上海财经大学公共政策与治理研究院院长胡怡建对记者表示,去年全年营改增减税规模大概在2000亿元,而今年营改增全面推开后,减税效应明显扩大,全年减税规模能达到5000亿元,由此匡算,明年全年营改增减税规模可能高达6500亿元。

除减税外,国务院今年5月1日降低了企业社保缴费率和住房公积金缴存比例。初步测算,这些措施每年可减轻企业负担1000多亿元。今年2月施行的清理规范价格调节基金等政府性基金收费项目,每年为企业减负260亿元。

综上所述,在不增加减税降费新举措前提下,2017年减税降费规模将达到7760亿

2017年减税“重头戏”

记者采访多名企业家后发现,虽然当前减税降费举措降低了企业成本,但在经济下行、效益下滑的背景下,企业税费负担仍然较重。其中一些企业家在营改增后,呼吁降低工商业增值税税率。

胡怡建告诉记者,目前政府减税空间的确有限,可以期待的是降低工商业增值税税率。

营改增全面推开后,工商业增值税税率主要为17%,而服务业增值税税率主要为6%,工商业增值税率明显高于服务业。

“从税制改革角度看,增值税税率应该趋同,目前工商业和服务业增值税率差异较大会造成矛盾。比如一家餐厅堂食属于服务业,适用6%的增值税税率,而如果这家企业做外卖,那么外卖视同货物销售,适用17%增值税税率,这就反映了服务业和货物销售税率的不平衡。下一步应该适当降低工商业17%的增值税税率。”胡怡建表示。

其实,去年底召开的中央经济工作会议提到的降成本举措中,就包括研究降低制造业增值税税率。

今年全国两会上,全国人大代表、TCL董事长李东生建议,将制造业增值税税率由17%降至12%。

联合国报告称 中国引领亚太地区经济增长

联合国亚洲及太平洋经济社会委员会(以下简称亚太经社委员会)1日发布的《2016年亚洲及太平洋经济社会概览》(年终修订版)称,在全球经济疲软、贸易增长乏力、主要经济体增长前景不确定的背景下,中国引领亚太地区经济平稳高速增长,为全球经济提供了稳固支撑。

根据这份报告,2016年亚太地区发展中经济体的经济增长率将实现4.9%,在全球经济增长中继续处于领先地位。同时,报告调低了今明年中国经济增长率的预期,调整之后的预期分别为6.7%和6.4%。

报告预计在未來数年,中国经济将保持逐步稳健态势,并将基本实现“十三五”规划提出的各项目标。报告还认为中国提出的“一带一路”倡议符合亚太地区特点,潜在经济优势明显,将有力振兴亚太地区经济。(张志文)

“长征”成红色旅游热词 八成游客向往

今年以来,围绕纪念红军长征胜利80周年,各地举办了丰富多彩的系列活动,全国著名红色旅游经典景区游客增长显著。国家旅游局统计数字显示,截至10月底,173个全国4A级以上红色旅游景区中,接待人数超过百万人次的达到118个,八成游客对长征主题红色旅游十分向往。

国家旅游局有关负责人表示,随着全国红色旅游发展一、二期规划纲要的实施完成,全国近60处长征主题全国红色旅游经典景区得到有效保护和建设,培育了一批长征红色旅游目的地,拓展了长征红色旅游精品线路80多条。

今年以来,依托长征主题红色旅游景区景点,结合建党、建军、建国、红军长征胜利等重大历史节点,国家旅游局和各地开展了一系列内容丰富多彩、形式多样的主题活动,吸引了长征途经地广大游客广泛参与。

据国家旅游局调查,80%的游客对长征主题红色旅游十分向往,寻求精神洗礼成为主要动机,91%的游客认为红色旅游是弘扬主旋律、传播正能量的好形式,93%的游客表示“非常愿意”或“比较愿意”再次参加长征主题红色旅游。

(齐中熙)

与时俱进的企业文化更有力量

企业的软实力,在当前的市场竞争环境下,仅仅依靠硬实力来进行市场竞争往往难以取得较好的竞争优势,并且也可能会陷入恶性竞争循环。针对这一情况,当前企业开始注重企业文化建设,通过企业文化建设来提升企业软实力以及核心竞争力,这对于促进企业的长远稳定发展也有着重要的作用。

二、企业文化建设发展趋势

在当前的企业文化建设中,也呈现出了一定的发展趋势,首先,企业文化建设的个性化发展是非常重要的一个趋势。所谓个性化发展,也就是指企业文化建设的针对性,针对企业实际情况以及内外部环境,采取相应的企业文化建设策略,这对于提升企业文化建设效果也有着重要的作用。另一方面,企业文化建设离不开企业环境的支撑,包括企业经营管理制度、组织结构体系、人员素质状况等等,因而在企业文化建设中,也往往更加侧重于从多个角度共同采取相应的措施来促进企业文化建设。由此可以看出,企业文化建设的发展趋势,对于企业而言,本身也是一个长期的规划过程,涉及到了企业战略的制定、企业市场策略的调整、企业业务体系的优化等等。事实上,大量企业文化建设的实践经验也表明,只有通过多个角度共同发力,围绕企业文化建设为中心,才能够在企业文化建设方面取得较好的效果。

企业文化建设也离不开时代背景,这种时代背景对于企业而言,主要是外部环境,包括外部的经济环境、市场环境、政治环境、法律环境等等,在不同的时代背景下,企业文化建设也应当体现出较强的针对性。因而从企业文化建设的发展趋势来看,只有适应时代背景,体现时代特色,才能有效地促进企业文化建设,这也是当前企业文化建设的一个重要趋势,与时俱进地进行企业文化建设。同时,还应当看到,对于企业文化建设而言,要做到与时俱进,

也应当对于企业自身的发展特点以及内外部环境情况有着较好的客观分析,在这一基础上,积极开展相应的企业文化建设措施。

三、如何在企业文化建设中做到与时俱进

1.以企业战略为指导,适应时代特点

首先,要在企业文化建设中做到与时俱进,就应当适应时代特点,以企业发展战略为指导,在企业战略的指导下,适应时代特点,调整企业经营策略,包括相关的经营管理制度、组织结构等等,在这一基础上,建立起完善的企业文化建设体系,这对于促进企业发展有着重要的作用。事实上,对于企业文化建设而言,企业战略指导是非常重要的,企业文化构建并不是没有目标的,只有符合企业发展战略和实际情况的企业文化,才能真正在促进企业发展方面发挥出应有的作用。以企业战略为指导,也就是从企业发展战略角度出发,结合企业对于未来时期的发展预判和评估,做好相关的企业文化建设措施。在这一过程中,企业也应当积极对自身的发展战略进行调整,体现出时代特点。

在当前的网络经济时代下,互联网对于企业发展有着重要的影响,尤其是在企业文化方面,网络文化的作用不可忽视。因而,企业应当在企业文化建设中,重视网络文化的影响,将互联网文化以及互联网经济较好地融入到企业文化中,这对于获得员工的认同感有着重要作用。同时,还应当及时地对企业发展战略进行调整,对于当前的企业发展环境而言,市场环境等外部经济环境的变化是瞬息万变的,企业只有不断地根据外部环境变化情况来调整自身的发展战略,才能在企业文化建设方面获得较好的效果。从这一角度来看,企业文化构建同样需要不断地进行调整和补充。随着企业发展战略的调整,为了体现出企业发展战略对于企业文化建设的指

导性,需要随着企业发展战略的调整来进行企业文化的再适应。

2.正确把握当前企业文化建设要素

正确把握当前企业文化建设的要素,也就是指在企业文化建设中,应当正确认识当前企业文化建设的一些特征和要点,结合企业实际情况和环境情况,选择一些适宜的企业文化要素来进行企业文化建设。当前很多企业在企业文化建设中,过度追求大而全,将过多的企业文化要素融入其中,事实上这就是企业文化建设不当的问题,没有正确把握核心企业文化要素,从而影响了企业文化建设效果。现代企业文化建设,更加注重的是某几个企业文化要素,涵盖过多的企业文化要素也就失去了企业文化建设的本质意义。不同的企业,应当结合自身的实际情况,在企业文化建设中选择适宜的要素,这是企业文化建设方面获得较好效果的前提。

另一方面,对于企业文化建设而言,本身也是一个长期性的过程,需要不断的采取相关的措施,采用丰富多样的企业文化建设形势,开展一系列的企业文化建设活动。正确把握企业文化建设要素,需要从企业文化建设的实际需求和长远规划角度出发,建立起一整套完善的企业文化建设规划方案。依照企业在不同发展阶段和不同的发展环境下,选择适当的企业文化要素开展相应的企业文化建设活动。通过正确把握当前企业文化建设要素,较好地适应时代环境,对于与时俱进地进行企业文化建设有着十分重要的意义。

3.人本主义在企业文化建设中的体现

人本主义在企业文化建设中的体现,事实上是当前企业文化发展的一个重要趋势,也是一个非常重要的时代背景,对于企业文化建设来说,应当正确看待人本主义在企业文化建设中的重要作用以及人本主义的核心内涵。所谓人本主义,便是指以人为本的思想主体,对于现代企业的经营发展而言,人才的重要性是毋庸置疑的,企业之间的市场竞争,往

往也反映在人才竞争方面。在企业经营发展的过程中,员工的个体性以及企业的整体性往往会在存在着一定的矛盾,传统的企业经营理念为了确保企业经营效率,会刻意的压制员工个体性,突出企业的整体性。但是在当前的企业经营发展环境下,这一观念已经不再适用,突出员工个体性,能够有效地激发员工工作热情和创造力,对于提升企业创新能力和技术能力有着重要的作用,尤其是对于科技型型企业而言,突出员工个体性更为重要。

因而对于企业文化建设来说,应当充分在企业文化建设体现出以人为本思想,突出员工的个体性,以企业长远发展为核心目标,尊重人才,爱护人才,为企业员工营造出良好的企业文化环境和工作氛围。通过人本主义的体现,能够有效地提升员工对于企业的忠诚度,也能够促使员工以更加高涨的热情投入到工作中去,使得员工获得较好的归属感和认同感。整体而言,与时俱进的企业文化建设离不开人本主义思想的参与,这也是现代企业文化建设的一个重要特征和发展趋势。只有体现出较好的人本主义思想,才符合当前时代背景下企业文化建设的基本要求,也才能在促进企业文化建设,以及保障企业长远发展方面取得较好的效果。

与时俱进的企业文化,是为了有效的提升企业文化建设效果,使得企业文化建设措施和规划能够较好地体现出时代特色。从当前企业文化建设的时代背景来看,相较于传统的企业文化建设,背景存在着很大差异,现代企业文化建设体现出一些自身的特点。从这一角度来看,企业文化建设应当积极融入时代特色,体现出时代背景,结合新时期企业文化建设的需求和发展趋势,来采取适宜的企业文化建设措施,这对于促进企业发展,提升企业核心竞争力也有着重要作用。

(作者单位:南昌工程学院)

基金项目:国家社科基金项目“当代中国食品安全的道德治理研究”(14CZX051)成果。

便民服务 代理机构:四川博纳文化传播文化有限公司 广告热线 028-69959066

注销公告:成都市观合利众企业管理咨询有限公司... 变更公告:成都中际工程管理有限公司... 注销公告:成都乐檬之星教育咨询有限公司... 注销公告:成都英译唯夫餐饮管理有限公司...