

# 个税起征点提高至3500元

## 从三千到三千五

——一个税法修改背后的民意考量

新华社记者 霍小光 崔清新 何雨欣

新华视点

27日提交全国人大常委会二次审议的个税法修正案草案维持3000元起征点不变。30日,常委会通过修改后的个人所得税法将这一起征点提高到3500元,这一调整一经公布引起了社会高度关注。短短的三天,起征点提高了500元,这是在认真听取民意、经过充分审议、反复研究后做出的重要调整,折射出立法过程中对民意的充分尊重和审慎考量。

### 几次修改:民意的分量

这是一条根据民意反复讨论、不断修改的路径:

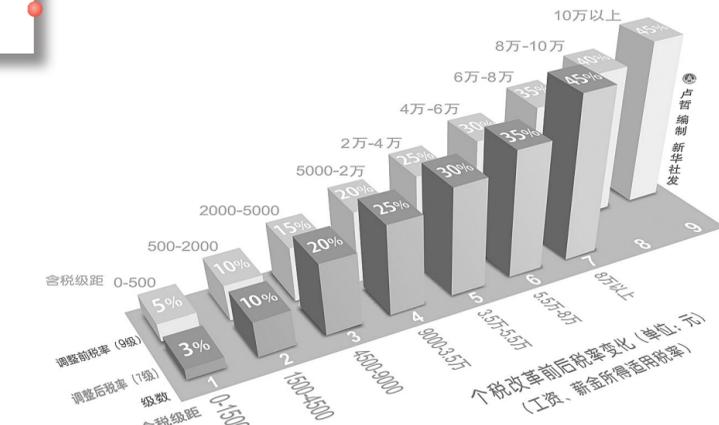
——今年4月20日,考虑到随着国民收入的增加和物价水平的提高,为减轻中低收入人群的负担,国务院向全国人大常委会提交了个人所得税法修正案草案,拟将现行的2000元提高到3000元,工资、薪金所得适用的个税率从9级降到7级。

——4月25日,草案一审后,全国人大常委会向社会征求对个人所得税法修正案草案的意见。一个多月的时间里共收到23.7万多条意见,创近几年国家立法公开征求意见数量之最。结果显示,在23.7万多条网民意见中,83%的意见对3000元的起征点不满。

——5月10日和20日,全国人大分别邀请了部分专家和社会公众代表参加座谈会,听取他们对个税法修改的意见。

——6月27日上午,草案再次提交常委会审议。二审稿对3000元起征点未作修改,但将超额累进税率中第一级由5%降低到3%。在当天下午的分组审议中,常委会组成人员对草案展开了热烈的讨论。

分组审议时,有常委会委员指出,网上征求意见中,要求提高起征点的占83%。对如此集中的意见,草案未充分回应,很难向公众解释清楚。



——6月28日、29日,全国人大常委会两次召开会议逐条研究了常委会组成人员的审议意见。6月30日,常委会通过关于修改个税法的决定,将起征点提高至3500元。几次修改见证了民意的分量,也体现出国家和立法机关通过税收手段调节收入分配、更加体现社会公平的努力。

### 多高合适:审慎的考量

分组审议过程中,关于起征点的讨论充

满了各种意见。郑功成委员认为,起征点维持3000元,第一级税率由5%降到3%是比较合适的,因为这样既进一步降低了普通工薪阶层的税收负担,又维持了一定的税基。希望尽快通过,以便早实施。

起征点调到多高合适?事实上,正如此前全国人大常委会法工委在邀请社会公众代表就个税法修改进行座谈时一位代表指出的那样:起征点提到多高都无法让所有人满意。燕京华侨大学校长华生此前就表示,目

前争议最多的起征点问题上陷入了误区,个税改革更多是要明确方向。

财政部财科所所长贾康就指出,仅仅调整起征点对实现个人所得税调节收入分配目的意义不大,甚至会出现逆向调节。如果目前大幅提高起征点,受惠的将是高收入者。

### 分类综合:税改的方向

列席常委会会议的全国人大代表王琳在参加分组审议时举例说,自己有一企业朋友开了很多公司,是高收入者,但他的工资单上只有两三千。王琳说:“对于个人所得税法的修改,重要的是税制改革如何进行、如何推动。”

目前,我国现行个税实行的是分类所得税制,名义上是一个税种,实质上可以分为工资薪金所得、个体工商户生产经营所得、劳务报酬所得等11个税目,每个项目采取不同的计征办法、适用不同的税率,这种税制安排,优点是便于征管,可以从源征税、代扣代缴,但缺陷是不利于调节居民收入分配差距。

正如常委会委员汪光焘指出的那样,这次个税法修改,核心问题是现在对工资收入的征税和其他收入的征税之间产生的差距,或者是财产性收入、房屋投资增值等不是直接的工资收入的征税问题。他建议应尽快把个税综合改革提到日程上并公布,给公众一个稳定的预期。

纳税人占工薪所得纳税人的比重达到90%以上,个税法修改之后,绝大多数纳税人的税负以上以前降低。”高萍说。

### 月工资38600元以上税负增加

根据相关专家的测算,按照修改后的个税法,月工资38600元成为税负增减的分水岭,也就是月工资在38600元以上的群体,个税税负是增加的。

高萍介绍,以月工资是40000元为例,现在每月缴纳个税是8125元,个税法修改之后,每月需缴纳个税8195元,比之前多缴70元,全年多缴840元。

中国社科院财税所税收室主任张斌指出,我国现行的个税制度体现了高收入者多交税,中低收入者少交税、不交税的原则,在一定程度上发挥了个税调节收入分配的作用,但这种作用并没有充分发挥出来,因此,从根本上说需要加快推进个税制度走向“综合与分类相结合”。

# 百姓缴纳个税变化几何?

新华社记者 何雨欣 崔清新

政策解读

30日,十一届全国人大常委会第二十二次会议表决通过了关于修改个人所得税法的决定,修改后的个税法将于2011年9月1日起实施。

个税涉及亿万百姓切身利益,个税法修改之后,百姓缴纳的个税究竟变化几何,记者第一时间采访了相关的税务专家。

### 月工资在3500元以下不缴税

根据修改后的个税法,将现行的工资、薪金所得费用扣除标准,即起征点从每月2000元提高到3500元,这意味着月工资、薪金所得在3500元以下的群体将不涉及个税。

中央财经大学税务学院副教授高萍说,

比如张先生目前的工资是2500元,现在缴纳的个税应该是每月25元,修改后的个税法实施后,这部分税额不再需要缴纳,全年少缴300元,比如刘女士目前的工资是3300元,每月少缴个税105元,全年少缴1260元。

财政部税政司副司长王建凡介绍,工资、薪金扣除费用标准由2000元提高到3500元以后,纳税人纳税负担普遍减轻,工薪收入者的纳税面将由目前的约28%下降到约7.7%,纳税人人数由约8400万人减至约2400万人,也就是说有6000万人不需要缴纳个税。

### 月工资6000元每年减税3960元

修改后的个税法,不仅将起征点从每

月2000元提高到3500元,还将9级超额累进修改为7级超额累进,并对其中的一些级距、税率进行了相应调整,专家表示,这种综合调整更能起到有效降低税负的目的,受益群体除了低收入者,还包括中等收入群体。

“以月工资6000元为例,现在每月需要缴纳个税475元,修改后的个税法实施后,每月需要缴纳的个税是145元,每月少缴330元,全年少缴3960元。”高萍说。

根据相关专家的测算,每月工资收入在5000元以下的,个税的实际负担率在1%以下,6000元为2.42%,7000元为3.5%,7500元为3.93%。“目前,我国月收入7500元以下的

## 走出郑州看全国

### 青岛篇(下)

# 品牌之城 创新之美

本报记者 刘俊礼

走在高楼林立的新城区,随处可见各个品牌竖立在户外的广告牌,紧邻奥帆基地以企业名称命名的海信广场,让人印象深刻,品牌之都青岛,并不是一个传说。

是的,品牌是一个企业乃至整个城市核心竞争力的象征,是一个城市展现形象的窗口。青岛是一个有着百年烙印的“中国品牌之都”。经过改革开放30年的发展,青岛已成为我国重要的经济中心城市和沿海开放城市,涌现出青啤、海尔、海信、双星、澳柯玛等一批知名企业品牌。

目前,青岛拥有世界最具影响力百强品牌——海尔,拥有中国世界名牌两个、中国名牌产品68个、中国驰名商标34件。作为全国拥有中国名牌产品最多的城市,如今的青岛成为名副其实的“品牌之城”。

盛夏时节,记者穿行于青岛街巷,深入品牌企业,感受这座中国“帆船之都、品牌之城”的迷人风采的同时,寻找青岛品牌建设中的“奥妙”。

### 品牌历程

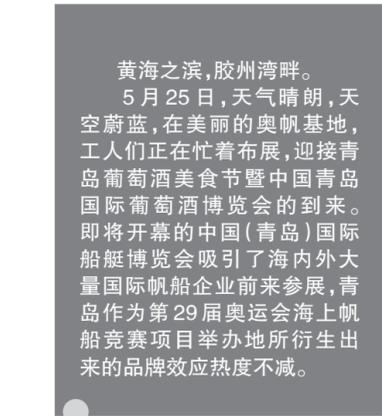
品牌之城,青岛名副其实。采访中,青岛市经济和信息化委员会经济运行局向记者提供了这样一组有说服力的数据:继2005年、2006年青岛连续两年获得“中国品牌之都”之后,2008年又荣膺“中国制造业名城”荣誉称号,品牌企业经济规模已占全市工业总量的45%左右。截至目前,青岛市拥有中国名牌产品68个,国家工商总局行政认定中国驰名商标34件,山东名牌310个,青岛名牌440个。分别比“十五”期间增加119%、209%、187%和132%。

“国字号”招牌位居全国同类城市前列,名牌工业企业的数量达到303户,该市年产值过50亿元的品牌工业企业21个,品牌经济的规模已占到青岛整个工业经济的50%以上。

综观名牌发展之路,青岛市经济和信息化委员会经济运行局有关负责人把青岛的品牌经济的发展分为四个阶段:

一是上世纪80年代开始的名牌产品创建阶段。早在1984年,多数城市还在忙于大量创办企业的时候,青岛就开始了名牌企业和名牌产品的培育,《1984年重点产品发展规划》,拉开了青岛工业实施名牌发展战略的序幕。《规划》提出培育一批像青岛啤酒一样的拳头名牌产品,其中海尔冰箱、海信彩电、双星运动鞋以及青岛啤酒均在规划之列。到了20世纪90年代初,全市有78种产品获得国家质量奖,1100多种产品获部、省、市优质产品称号。

二是上世纪90年代实施的新一轮名牌带动战略阶段。上世纪90年代后,伴随着全国品



图为繁忙的海尔生产线。 本报记者 丁友明 摄

牌创建的高潮,青岛加快经济结构调整的步伐。大企业借助品牌和技术管理优势,通过强强联合、兼并等形式,向集团化方向发展,先后组建了海尔、双星、海信、青啤、澳柯玛、黄海橡胶、海珊等大型企业集团。至此,大企业集团基本形成规模,10大集团已占全市工业总量的40%以上。

三是2000年以来的品牌经济发展和品牌城市创建阶段。20世纪90年代末,随着城市化步伐加快和生产力布局调整,新经济、信息技术成为主流,大企业集聚扩张进入新阶段。青岛实施大企业园区战略,海尔开发区工业园、海信信息产业园、国风药业园等相继开工建设,成为大企业招商引资、技术创新、产业配套的新载体。

四是目前的集群战略阶段。进入新世纪以来,青岛市提出建设家电电子、石油化工、汽车造船、新材料四大产业基地,家电、电子、石化、汽车、造船、港口六大产业集群。大企业在产业集群中逐步成为产业集聚、招商引资和技术创新的主体平台。家电产业集群中的海尔、海信、澳柯玛三大龙头企业,除自身产生上千亿元的销售收



入外,还带动了800多家配套企业的发展。

### 品牌奥秘

在谈到青岛品牌发展经验时,青岛市经济和信息化委员会经济运行局运行调控处处长李明超认为,品牌和企业的发展都离不开政府的大力扶持和社会各界营造的浓厚氛围,需要在意识、理论、法制、战略和运作等多个方面共同推进,特别是在计划经济向市场经济转轨过程中,自主品牌和品牌企业的发展更需要政府的引导和推动。从创金花到大企业梯队建设,直至推进大企业国际化,市政府始终引导全社会力量推动品牌战略不断升级。

他认为,开展品牌策划,组织品牌展示,鼓励项目投入,支持资本运作,大张旗鼓地奖励品牌企业、宣传大企业和企业家对品牌建设同样重要。青岛目前已形成了培育品牌、发展品牌、宣传品牌、保护品牌的良性机制。浓厚的社会氛围为青岛品牌文化的积淀奠定了基础,也为青岛品牌经济的持久发展和升级积蓄了力量。

把政府的作用位列第一,似乎有悖市场经

济的理论和规律。但从青岛品牌经济发展的过程来看,政府一直扮演着重要角色。政府通过创建公平、有序的法制环境,顺势引导,有为而治,运用市场的手段、社会的力量,由点及面加以推动,不断营造与优化品牌成长的良好环境。历年来,以市政府或政府办公厅出台的引导和支持品牌发展的文件就有6个。政府为打造品牌创造着“宜人”的外部环境,提供着整合资源的动力;通过政策手段,创造品牌经济发展的环境。

营造企业家良好的创业环境,建立稳定的企业家队伍,是青岛打造品牌之都的法宝之一。历年来,青岛市政府始终将优秀企业经营者作为最重要的战略资源,把充分发挥他们的聪明才智、激发他们的创造力作为推动品牌经济发展的原动力。多年来,始终把培植名牌产品、培育名牌企业和培养知名企业家紧密结合,在组织宣传名牌产品和名牌企业时,把宣传名牌企业家放到突出位置。

青岛市还按照政企分开原则,大力推进现代企业制度建设,选配结构合理、优势互补

## 房地产项目交付使用须符16条件

相关管理办法征求意见

本报讯(记者 王文霞 卢文军)昨日,市住房保障和房产管理局召开新闻发布会,就《郑州市房地产开发项目交付使用管理办法》向社会公开征求意见。根据该办法,房地产开发项目按设计要达到16项条件方可交付使用,不具备条件不得交付使用。

据了解,2004年,国务院下发了《关于第三批取消和调整行政审批项目的决定》,将住宅小区等房地产开发项目竣工验收取消。为此,造成房地产开发项目交付使用管理形成了盲区。根据《郑州市城市房地产开发经营管理条例》,此次公布的征求意见稿借鉴北京、上海、哈尔滨、大连等城市的经验,前后修改完善20余次,更为规范化、具体化,并通过了市法制办对其合法性的审查。

根据征求意见稿,房地产开发项目按设计要求达到16项条件后,方可交付使用。因特殊原因不能与房地产开发项目同时交付使用的配套设施,应当提供临时设施,并出具相关部门批准文件。16项条件主要涉及规划、工程质量、绿化、供水、排水、供电、供热、供气、电信、有线电视等。

征求意见稿规定,交付使用双方对房屋是否符合合同约定及是否达到交付使用条件达成一致的,可以自行交付使用。交付使用双方未达成一致意见的,当事人可通过委托评审或申请诉讼、仲裁的方式确定房地产开发项目是否达到交付使用条件。不具备交付使用条件的,不得交付使用。

市民可登录郑州房地产网(www.zzfde.gov.cn)查看该征求意见稿全文,公示时间为7天,对该意见稿有意见和建议的,可通过书面形式传真至0371-67889723进行反馈,也可通过电子邮件发送至kaifachu1@163.com进行反映。

## 养老保险个人账户利率确定为3.5%

本报讯(记者 王红)昨日,省人力资源和社会保障厅公布了2011缴费年度养老保险个人账户利率,自7月1日起至明年6月30日期间,全省城镇职工基本养老保险个人账户利率确定为3.5%,参保人员个人账户存储额也将随之调整。

按照规定,基本养老保险个人账户按照职工工资收入的17%费率记入,基本养老保险个人账户储存利率由养老保险经办机构每年参考银行同期存款利率计算利息,且不得低于同期一年期居民个人储蓄存款利率计息。

据省社会保险事业管理局相关负责人介绍,由于目前人民银行公布的存款一年期利率为3.25%,省人力资源和社会保障厅决定,将2011缴费年度企业职工基本养老保险个人账户记账利率确定为3.5%,使用期限为2011年7月至2012年6月,参保人员养老保险个人账户存储额也将随之调整。

又讯(记者 王红)今日起,全省将开展企业职工养老保险扩面参保专项行动,行动计划集中实施3个月,努力实现企业全部参保、企业职工全员参保。

的企业领导班子和健全法人治理结构,率先在名牌企业实行“年薪制”等一系列改革措施,从根本上调动经营者的积极性,保持了企业家队伍的稳定和“长寿”。

### 品牌文化

同样,企业的主体作用是最重要的,离开企业搞品牌都是空的。李明超说,青岛的知名品牌分布在不同行业,这些企业起点不一,行业性质和特点不同,企业的发展轨迹也各不相同,每个企业都有其鲜明的特点,但其成功的共同经验可以概括为:“品牌、创新和国际化。”

坚定不移地实施品牌化战略。早在1985年,也就是海尔刚刚起步,还处在困难阶段,就明确地提出了创造名牌的目标,而且一直把名牌战略作为自己的基本战略加以持续实施。像海尔一样,青岛的知名企业视品牌为企业的生命,多年来,潜心准备,苦练内功,多方面塑造鲜明、突出的品牌形象,追求“品质、品德、品位”。

坚定不移地实施技术创新提升核心竞争力。无可否认,青岛的知名品牌都是从引进国外设备开始的,但青岛名牌企业在引进国外生产技术和制造技术时,始终瞄准国际先进技术并注重消化与吸收。近年来,青岛名牌企业注重科技投入,不断调整完善内部组织结构和决策管理模式,建立决策科学、反应迅速、管理高效的技术创新决策和管理系统,构建富有活力的研究开发系统,每年用于研究开发的费用占其销售额的4%以上。

坚定不移地走国际化路线。“国门之内无名牌”,在世界经济一体化的今天,只有走向世界,为世界各国人民喜爱、接受的品牌才是名牌。青岛的品牌企业较早认识到,如果仅仅萎缩在国内市场是不行的,必须到国际市场上去,与大型跨国公司和强势品牌正面较量,接受更加挑剔的消费者的考验。

此外,积极实施资本运营,保证了青岛名牌规模优势。海尔、双星、海信、澳柯玛依靠名牌技术和管理优势,实施资产重组和资本运营,实现了品牌和经济规模的互动。近年来,青岛名牌企业利用品牌优势,“走出去”的步伐更加坚定。

面对青岛层出不穷的品牌,人们不禁要问,青岛为何如此盛产名牌,“青岛现象”能复制吗?在青岛市生产力学会常务副会长的魏炳义研究员眼里,青岛品牌建设除有着深远的历史渊源和现实基础外,还有青岛人开放的心态,海纳百川的胸怀,崂山石般坚毅的性格,不干则已,干就争第一的气魄,这是青岛市形成品牌文化的心理基础。

同时,更为重要的因素是创建品牌,改革开放后的青岛历届政府具有战略眼光和务实精神;拥有一批有利于名牌创新成长的科研开发机构和良好机制,占领了产品和技术的制高点;拥有培育、发展、宣传、保护名牌的良好社会氛围。