

财政部、国家税务总局联合发文

我国7月起全面推开资源税改革

新华社北京5月10日电(记者 韩洁 申毓)根据党中央、国务院决策部署,财政部、国家税务总局10日联合对外发文,宣布自2016年7月1日起我国全面推进资源税改革,这是继5月1日营改增试点全面推开后,我国推出的又一重大税制改革。

根据两部门发布的《关于全面推进资源税改革的通知》,我国将开展水资源税改革试点工作,并率先在河北试点,采取水资源费改税方式,将地表水和地下水纳入征税范围,实行从量定额计征,对高耗水行业、超计划用水以及在地下水超采地区取用地下水,适当提高税额标准,正常生产生活用水维持原有负担水平

不变。在总结试点经验基础上,财政部、国家税务总局将选择其他地区逐步扩大试点范围,条件成熟后在全国推开。

其他自然资源将逐步纳入征收范围。考虑到森林、草场、滩涂等资源在各地区的市场开发利用情况不尽相同,对其全面开征资源税条件尚不成熟,此次改革不在全国范围统一规定对森林、草场、滩涂等资源征税,但对具备征收条件的,授权省级政府可结合本地实际,根据森林、草场、滩涂等资源开发利用情况提出征收资源税具体方案建议,报国务院批准后实施。

我国将全面推开从价计征方式。在已对

原油、天然气、煤炭、稀土、钨、钼6个品目资源税实施从价计征改革基础上,此次改革将对绝大部分矿产品实行从价计征,但从便利征管原则出发,对经营分散、多为现金交易且难以控管的黏土、砂石等少数矿产品,仍实行从量定额计征。

我国将全面清理收费基金,以解决企业税费重复问题。此次改革将全部资源品目矿产资源补偿费费率降为零,停征价格调节基金,取缔地方针对矿产资源违规设立的收费基金项目,有效减轻企业负担。

鉴于各地区存在资源条件、经济发展水平差异,为避免统一税率造成企业结构性负担增

加,此次改革由中央统一规定了矿产品的税率幅度。在规定的税率幅度内,省级人民政府可对主要应税产品提出具体适用税率建议,报财政部、国家税务总局确定核准后实施。

此外,为促进资源综合利用,此次改革对开采难度大、成本高以及综合利用的资源给予税收优惠,包括对符合条件的采用充填开采方式、衰竭期矿山采出的矿产资源,资源税分别减征50%和30%。同时,对鼓励利用的低品位矿、废石、尾矿、废渣、废水、废气等提取的矿产品,授权省级人民政府根据实际情况确定是否减征或免税,以便地方政府能够因地制宜地精准施策。

四部门发通知 调整五大行业 油价补贴政策

据新华社北京5月10日电(记者 申毓 韩洁)记者10日从财政部了解到,经国务院同意,财政部、交通运输部、农业部、国家林业局四部门近期联合发布通知,明确对城市公交、农村客运、出租车、渔业、林业等行业油价补贴政策进行调整,从而改变油价补贴与用油量挂钩的机制,促进行业健康稳定发展。

根据发布的《关于调整农村客运、出租车、远洋渔业、林业等行业油价补贴政策的通知》,调整从2015年1月1日起开始实施,旨在健全支撑保障和激励约束机制,充分发挥市场在资源配置中的决定性作用,推动农村客运等五大行业油价补贴资金5040亿元。

具体来看,此次调整将按照总量不减、存量调整、保障重点、分类处理的思路,以2014年为基数,将农村客运、出租车行业油价补贴转为一般性转移支付,由地方统筹用于支持公共交通发展、新能源出租车、农村客运补助、水路客运行业结构调整等;将远洋渔业油价补贴并入现有中央财政船舶报废拆解和船型标准化补贴,对国际渔业资源开发利用和渔船更新改造等能力建设给予支持;将林业油价补贴并入现有中央财政林业补助资金,并按有关规定统筹使用。

据了解,为支持配合2006年石油价格形成机制改革、2009年成品油价格和税费改革,2006年至2014年,中央财政累计安排城市公交、农村客运、出租车、渔业和林业等5大行业油价补贴资金5040亿元。

财政部有关负责人表示,改革调整油价补贴政策,不仅是财政管理理念、支出结构和管理方式的一项重大变革,而且是推动供给侧结构性改革和绿色发展的必然要求。

在政策实施方面,通知称,各地要继续实行油价补贴政策落实工作“省长负责制”,建立健全政府统一领导,相关部门各司其职、协同配合的工作机制,明确职责分工,细化实施方案,确保改革调整工作顺利推进。

汽柴油价格 或迎“两连涨”

据新华社北京5月10日电(记者 安蓓)国内汽、柴油价格或将迎来今年第二次上涨。5月11日是国内成品油调价“窗口”。市场预期,由于本计价周期内国际原油价格总体呈上行走势,国内汽、柴油价格将再度迎来上调。预计每升调价幅度约1角。

新华社石油价格系统10日发布的数据显示,5月9日一揽子原油平均价格变化率为4.16%。据此测算,国内汽柴油价格每桶上调幅度预计不超过150元。5月10日是本计价周期的第九个工作日。

市场机构中宇资讯预计,此次调价落地后,93号汽油零售价格仍维持在“5元时代”,半数地区的97号汽油零售价格将升至“6元时代”,而部分低价地区的0号柴油零售价格仍运行在“4元时代”。春耕期快要来临,油价上调将使农耕地成本略有增加,不过由于国际油价低位运行,汽、柴油零售价格整体仍处于低价状态,成本增加压力不算太大。此外,随着气温升高,私家车出行用油也将增加,油价上调将增加私家车出行成本。

国家发改委价格监测中心人士分析说,上周国际原油期货多头出现撤退迹象,其中WTI期货多头仓位下降2.6%。展望下个调价周期,国际油价易降难涨,平均水平将会有所回落。

全省工业企业 质量标杆公示

我市3家企业上榜

本报讯(记者 宋建巧 实习生 王君)记者昨日从省工信委获悉,该委拟确定15家企业典型经验为2016年河南省工业企业质量标杆,并于昨日公示。我市中铁工程装备集团有限公司、新开普电子股份有限公司、郑州奥特科技有限公司3家企业典型经验上榜,占榜单五分之一。

据悉,工业企业质量标杆是工业企业在应用先进质量管理方法、开展质量管理活动、提高产品实物质量、改善质量保障能力、提升经营绩效等方面的最佳实践经验。开展质量标杆活动是以加快工业转型升级为导向,以企业为主体,由政府部门、行业协会、质量协会和有关质量机构共同开展的一项长期性质量活动,其核心是引导工业企业学习实践质量标杆的成功经验,发挥优秀企业榜样带头作用。

按照《河南省工业和信息化委员会办公室关于开展2016年质量标杆活动的通知》要求,经各辖市、直管县(市)工业和信息化主管部门推荐、企业现场答辩和专家综合评审环节,省工信委拟确定15家企业典型经验为2016年我省工业企业质量标杆,并于昨日对外公示,20日公示期截止。我市中铁工程装备集团有限公司产品全寿命周期质量管理经验、新开普电子股份有限公司质量可靠性总体解决方案经验、郑州奥特科技有限公司质量可靠性总体解决方案经验入围。

2016年中国城市 便利店指数发布

据新华社北京5月10日专电(记者 雷敏)中国连锁经营协会日前发布2016年中国城市便利店指数,通过对连锁品牌便利店数量、便利店数量增速、24小时便利店比例及政策支持力度等核心数据的统计计算,列出了中国大陆除拉萨市以外36个城市的便利店指数,其中深圳、厦门、长沙、东莞、北京名列前五位。

中国连锁经营协会的分析指出,中国城市便利店发展呈现以下特点:

——区域发展不平衡,各城市便利店发展差距较大。一线城市除上海、深圳的便利店发展水平较高外,北京、广州便利店的发展水平距离日本等发达国家和地区仍有一定差距。另外,全国各城市之间的发展水平也存在巨大差距。南方沿海地区是便利店发展较好的区域,西北、西南内陆地区是便利店发展较为落后的区域。

——发展空间仍然较大,竞争进一步加剧。从此次统计结果来看,2015年全国便利店品牌已达到262个。上海、深圳、南京的便利店品牌均超过10个。

——24小时营业便利店比例区域化分布仍然明显。南方城市24小时便利店比例明显高于北方地区,其中24小时便利店占比超过50%的城市中,南方地区占到76.9%,呈现出绝对优势;这也体现出南北方消费者在消费习惯上的差异性和气候因素的影响。

——行业发展仍需政策支持。便利店行业发展速度与政府政策支持力度不匹配。政府职能部门应支持企业创新发展,协调环保、消防、工商、食药监等部门在便利店扩展经营等方面给予政策支持。

团餐占我国 餐饮市场三成份额

呈多业态跨区域发展趋势

新华社北京5月10日专电(记者 雷敏)中国烹饪协会日前发布的《2015年团餐50强企业分析报告》显示,近年来我国团餐业态快速发展,已经占到餐饮业30%的份额。2015年团餐50强企业合计营业收入为322.753亿元,同比增长24.5%。

这份在“2016(第11届)中国团餐产业大会”上发布的报告称,目前餐饮行业的“三公消费”得到遏制,而小吃和团餐等大众化餐饮市场增长稳健,团餐业态开始呈现生机勃勃的发展态势,推动整个行业企稳回暖。

报告指出,多业态、跨区域、跨省多门店经营是团餐发展的大趋势。在团餐50强企业中,15家企业为多业态、跨区域的集团经营,占比30%;6家企业为省内跨区域多门店连锁经营,占比12%;跨省多门店连锁经营14家,占比28%。

对团餐50强企业抽样分析结果看,我国团餐市场正从自主经营模式和内部承包模式向第三方配送和大型团餐配送发展。华东、中南等地区的经济发达、物流体系建立比较完善,采用中央厨房配套供给,是团餐得以快速发展的重要原因之一。

此外,报告指出,团餐企业营收能力差距较大,出现强者越强趋势。2015年团餐50强企业营业收入在70亿元及以上的仅占2%,10亿至30亿元占12%,6亿至10亿元占18%,3亿至6亿元占20%。有半数企业营业收入集中在1.6亿至3亿元区间,30亿至70亿元区间出现较大真空区,未来会有更多企业发展至这一区间。

肉价节节走高 菜价“偃旗息鼓”

业内人士预计:多因素将推升年内物价

新华社记者 陈爱平 袁军宝

肉价节节走高 菜价环比走低

同比来看,肉菜价格继续大幅上涨,带动4月份食品价格同比上涨5.9%;影响CPI上涨约1.74个百分点,占到了当月CPI同比涨幅的七成多。

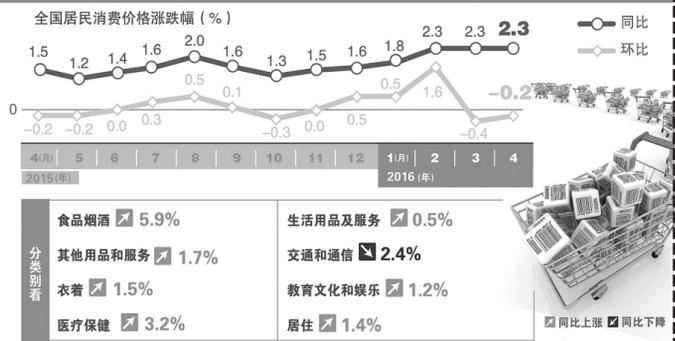
其中,猪肉价格同比上涨33.5%,影响CPI上涨约0.75个百分点;环比来看,猪肉价格上涨3.2%,影响CPI环比上涨约0.09个百分点。

与同比环比齐涨的猪肉价格不同的是,鲜菜价格尽管较去年同期涨幅22.6%,但其环比降幅非常明显。上海、山东等地日常消费的大白菜、青菜等蔬菜价格回落明显。

国家统计局城市司高级统计师余秋梅分析,4月份正值春夏之交,气候适宜,应季鲜菜大量上市,鲜菜价格环比下降12.5%。鲜菜价格的下降也是影响4月份CPI环比下降的主要原因。

国家统计局10日发布数据显示,4月份全国居民消费价格指数(CPI)环比下降0.2%,同比上涨2.3%。业内人士预计,未来食品、货币、需求、翘尾等多方面因素将共同影响,推升年内物价。

4月份我国居民消费价格同比上涨2.3%



后期肉价将高位波动 菜价将“偃旗息鼓”

山东省畜牧兽医信息中心专家认为,这一轮猪价上涨是前三年行情长时间低迷而引起产能调减的结果。短期内,生猪出栏价易涨难跌。

不过,3月下旬以来,猪肉价格上涨幅度逐步缩小,涨势趋缓。商务部数据显示,4月25日至5月1日的一周内,国内大中城市白条猪肉平均批发价格周环比涨幅减少0.6个百分点。

与此同时,商务主管部门积极采取措施,保障猪肉市场供应。去年12月以来,商务部会同有关部

门分7批向市场出库投放了12.2万吨中央储备冻猪肉。另外,北京、浙江、陕西等12个省市也陆续投放了近3万吨地方储备猪肉。

业内人士预计,目前,生猪养殖效益可观,这有利于调动养殖户积极性,增加生猪产能,但由于生猪生长具有一定周期性,预计后期猪肉价格将高位波动,上涨幅度可控。

而蔬菜价格则将继续回落。山东寿光农产品物流园价格指数显示,这是自2011年5月以来环比最大的涨幅。上海财经大学高等研究院“中国宏观经济形势分析与预测”课题组发布报告认为,PMI、PPI数据显示,稳增长政策效果显现,企业对未来预期乐观态度的比例有所增加;同时,上游原材料价格企稳的有利因素对企业生产也带来一些积极影响,需求回暖对工业品推升作用明显。



五月十日,市民在郑州市纬四路菜市选购蔬菜。 新华社发

多因素将推升年内物价

截至4月份,CPI同比涨幅已连续3个月维持在2.3%;今年1-4月合计,CPI较去年同期上涨2.2%。在业内人士看来,影响物价上涨的因素较多,未来CPI涨幅仍有小幅扩大的可能。

从具体商品来看,除了受到季节性、周期性因素影响,猪肉价格此消彼长影响物价外;受工资上涨、人工成本提升的影响,服务类商品价格逐步上涨将是一个长期趋势。

从货币因素来看,交通银行首席经济学家连平分析,近期货币供应量显著增加,对物价起到抬升作用。一季度M1平均增速达到19.3%,将带动二季度CPI有所上升。

从需求因素来看,4月份全国工业生产者出厂价格(PPI)环比上涨0.7%,涨幅比上月扩大0.2个百分点,这也是自2011年5月以来环比最大的涨幅。上海财经大学高等研究院“中国宏观经济形势分析与预测”课题组发布报告认为,PMI、PPI数据显示,稳增长政策效果显现,企业对未来预期乐观态度的比例有所增加;同时,上游原材料价格企稳的有利因素对企业生产也带来一些积极影响,需求回暖对工业品推升作用明显。

2016年4月,大宗商品数据商生意社发布的中国大宗商品供需指数(BCI)为0.36,均涨幅为3.08%,反映制造业经济较上月呈扩张状态,经济平稳运行,工业品价格上行也将逐渐传导至非食品类消费品价格。

此外,一般来讲二季度CPI翘尾因素为年内高点,对物价的抬升作用也将较为明显。 新华社上海5月10日专电

保健品乱象调查:暴利之下“忽悠”盛行

新华社记者 鞠鹏 徐文婷 肖思思

有广泛异议。”

“暴利不是靠技术和质量,而是靠营销。”业内人士称,许多高价保健品的营销策略都与“极草”类似。

按照国家规定,保健食品的科研经费应占其利润的3%至5%,但很多保健食品企业在科研上的投入不及利润的1%。保健品行业利润可达100%至200%,这已成为行业内公开的秘密。很多厂家自己不研发,而是采取买断经销权或外购产品的办法经营保健品,导致各路厂家更加陷入炒作式营销大战。

“忽悠”再度升级

与“极草”相似,近年来保健品“忽悠”式营销不断升级,特别是炒作高科技概念,部分消费者对此偏听偏信。

安徽省食药监局有关专家说,保健食品只有辅助治疗的功效,但为了吸引眼球,一些企业和经销商大肆宣称其治疗效果优于专门药物并且无副作用。

安徽合肥的胡先生告诉记者,他父亲此前一直靠吃药控制血压,没想到看了保健品

广告后笃信“是药三分毒”,就擅自停药,血压飙升,一下子中风,至今还在重症监护室。为了将产品打造成“神药”,一些保健品广告已不满足于在电视等传统媒体上狂轰滥炸,互联网和新媒体也成为保健品新的营销渠道,甚至有大量没有取得保健品“小蓝帽”的假冒伪劣产品也出现在网上。

食药监部门专家称,目前我国认可的保健品27种保健功能中,并没有防癌抗癌这一功能。然而,网上很多“神药”都号称有抗癌功能。如一家名为婕斯的公司旗下“沛泉菁华”“基因修护AM&PM”两款食品,每天以数百个相关的公众号,发布各种“生命奇迹”,分享服用心得,并将其奉为“抗癌圣品”“糖尿病克星”。

不能迷信广告

谈到保健品市场存在的问题,不少业内人士颇为忧心。“药品需要通过严格的临床测试,如果保健食品真的有如此奇效,那企业还生产药品干什么?”一位药剂专家告诉记者,而一些表面上效果明显的保健食品,实际上是非法添加了一些对人体有害的违禁成

分。特别是减肥类保健食品,很多都非法添加西布曲明、酚酞等违禁药物。消费者食用后短期内体重迅速下降,但长期服用副作用十分明显。

专家称,消费者无法从外观、口感等判断保健食品质量和功能优劣,因此广告和推荐就成为选择保健品的“指南”。而企业有法不依、有关部门执法不严,都让保健品行业陷入靠吹牛赚高价的恶性竞争中。

相关专家认为,对于保健品行业,需要政府有关部门加大监管和引导力度。同时,行业和企业更需要加强自律,建立以质取胜的良性竞争规则。

此外,提高全民健康常识,让消费者不盲目迷信保健品也是当务之急。

“即使是优质保健品,也要根据个人体质和需求服用。”多位药剂专业人士表示,现在国家正在大力推进签约家庭医生项目,因此消费者在选购保健品时不妨咨询身边的医生,避免因迷信广告导致“只买贵的不买对的”。

新华社西宁5月10日电

