

今年以来,贵州六盘水市发改委按照市委、市政府部署要求,认真贯彻“五步工作法”,践行“五先五后”攻坚法,大力推动资金、项目、政策向“四场硬仗”聚焦,全力决战脱贫攻坚。截至目前,今年已争取中央、省预算内投资10.77亿元,支持全市脱贫攻坚项目项目建设。

## 为百姓减负 促社会公平

——透视个税法修正案草案新看点

□ 郁琼源 胡璐

本月提请十三届全国人大常委会第三次会议审议的《中华人民共和国个人所得税法修正案(草案)》(以下简称《草案》)6月29日在中国人大网首次公布,开始为期一个月向社会公开征求意见。

这是我国个人所得税法自1980年出台以来第七次修正,从草案披露内容看,此次修法涉及范围广、力度大,从多个方面回应百姓关切。

### 借鉴国际惯例引入居民个人和非居民个人

哪些人是缴纳个税主体?现行税法规定了两大类纳税人:

一是在中国境内有住所,或者无住所而在境内居住满一年的个人,从中国境内和境外取得的所得,缴纳个人所得税;

二是在中国境内无住所又不居住,或者无住所而在境内居住不满一年的个人,从中国境内取得的所得,缴纳个人所得税。

据新华社报道,为适应个税改革需要,便于税法及有关税收协定的贯彻执行,《草案》借鉴国际惯例,明确引入居民个人和非居民个人概念,以在中国境内居住时间为标准,

由现行是否满一年调整为是否满183天,以更好行使税收管辖权,维护国家税收权益。

《草案》明确,在中国境内有住所,或者无住所而一个纳税年度内在中国境内居住满183天的个人,为居民个人,其从中国境内和境外取得的所得,缴纳个人所得税;在中国境内无住所又不居住,或者无住所而一个纳税年度内在中国境内居住不满183天的个人,为非居民个人,其从中国境内取得的所得,缴纳个人所得税。

### 综合所得减除费用提高至每年6万元

与现行个人所得税法采用分类征税方式不同,《草案》结合当前征管能力和配套条件等实际情况,将工资、薪金所得,劳务报酬所得,稿酬所得,特许权使用费所得等4项劳动性所得纳入综合征税范围,适用统一的超额累进税率,居民个人按纳税年度合并计算个人所得税,非居民个人按月或按次分项计算个人所得税。

按照现行个人所得税法,工资、薪金所得的基本减除费用标准为3500元/月,劳务报酬所得、稿酬所得、特许权使用费所得,每次收入不

超过4000元的,减除费用800元;4000元以上的,减除20%的费用。《草案》将上述综合所得的基本减除费用标准提高到每年6万元,即5000元/月。

### 优化调整税率结构 扩大税率级距

《草案》规定,综合所得,适用3%~45%的超额累进税率。但从《草案》后附的税率表可以看出,原先按月计算的应纳税所得额调整为按年计算,并优化调整部分税率的级距,扩大3%、10%、20%三档较低税率的级距,相应缩小25%税率的级距,30%、35%、45%这三档较高税率的级距保持不变。

具体为:全年应纳税所得额不超过36,000元的部分,税率为3%;超过36,000元至144,000元的部分,税率为10%;超过144,000元至300,000元的部分,税率为20%;超过300,000元至420,000元的部分,税率为25%;超过420,000元至660,000元的部分,税率为30%;超过660,000元至960,000元的部分,税率为35%;超过960,000元的部分,税率为45%。

《草案》对个体工商户也有利好。在经营所得税率方面,以现行个体工商户的生产、经营所得和对

企事业单位的承包经营、承租经营所得税率为基础,保持5%~35%的5级税率不变,适当调整各档税率级距,其中最高档35%税率的级距下限从10万元提高至50万元。

### 首设专项附加扣除

《草案》第六条明确,居民个人的综合所得,以每一纳税年度的收入额减除费用6万元以及专项扣除、专项附加扣除和依法确定的其他扣除后的余额,为应纳税所得额。专项附加扣除包括居民个人按照国家规定的范围和标准缴纳的基本养老保险、基本医疗保险、失业保险等社会保险费和住房公积金等;专项附加扣除包括子女教育、继续教育、大病医疗、住房贷款利息和住房租金等支出。

考虑到专项附加扣除的具体范围、标准比较复杂,难以在法律中直接规定,《草案》规定,专项附加扣除的具体范围、标准和实施步骤,由国务院财政、税务主管部门商有关部门确定。

### 增加反避税条款堵漏洞

为堵塞税收漏洞,维护国家税收权益,《草案》增加了反避税条款。《草案》第十四条规定,公安、中国人民银行、金融监督管理等相关部门应当协助税务机关确认纳税人的身份、银行账户信息。教育、卫生、医疗保障、民政、人力资源社会保障、住房和城乡建设、中国人民银行、金融监督管理等相关部门应当向税务机关提供纳税人子女教育、继续教育、大病医疗、住房贷款利息、住房租金等专项附加扣除信息。

个人转让不动产的,税务机关应当依据不动产登记信息核验应缴的个人所得税,登记机构办理转移登记时,应当查验与该不动产转让相关的个人所得税的完税凭证。个人转让股权办理变更登记的,登记机关应当查验与该股权转让交易相关的个人所得税的完税凭证。

有关部门依法将纳税人、扣缴义务人遵守本法的情况纳入信用信息系统,并实施联合激励或者惩戒。

此外,《草案》第九条明确,纳税人有中国公民身份号码的,以中国公民身份号码为纳税人识别号;纳税人没有中国公民身份号码的,由税务机关赋予其纳税人识别号。扣缴义务人扣缴税款时,纳税人应当向扣缴义务人提供纳税人识别号。

民生杂谈

## 农村“厕所”泛滥 形式主义歪风要彻查

□ 熊志

“厕所革命”让民众用上了卫生的厕所,成为最贴心的精准扶贫。但笔者调查发现,中央高度重视并陆续出台相关方案及措施的农村改厕,在一些地方却“变了味儿”,出现了半吊子的“厕所”——没墙、没顶,只有个蹲便器。

对于厕所为何只安了蹲便器,据说是资金紧缺。如果资金紧缺属实,那么本着资金利用效率最大化考虑,改厕的地点和数量布置,应该尽可能科学,而不是不分场合在荒废的房子边、山坡沟里到处安蹲便器,导致资源极大的闲置浪费。

这些闲置的半吊子“厕所”,不仅没有起到移风易俗的效果,反而给农民增加了不便。比如不少村落,响应地方政府的号召,拆掉了自家的厕所,但由于经费问题导致农村改厕工作执行断档,新的厕所没完工,于是村民上厕所都要东躲西藏。说明这些地方的农村改厕,更多是任务导向,抱着凑数量完成指标的心态,并没有以服务农民为宗旨。地方政府一时拿不出钱,改厕完全可以循序渐进,保证过渡期农民的生活不受影响,不能大干快上搞形式主义,贪图数据漂亮,更不能将改厕的成本转移给农民。

厕所常常被视为衡量文明的标志之一,这其实可以从两个层面来理解:一方面,厕所硬件建设和如厕文化,不仅对应着一个地区的经济社会发展水平,而且直接关系到公共健康;另一方面,围绕现代化的厕所文化建设所做的努力,同样是地方公共治理是否现代、文明的体现。像农村这种历史欠账比较多的地区,厕所的硬件建设和发展水平,可能不够先进,但是如果农村改厕的过程中,有一套符合地方实际的推动路径,也能收获民心。厕所革命,不仅要打破陈旧的农村习俗,也要防范形式主义、面子工程等落后的治理思路。

过去的农村治理,无暇顾及厕所建设,职能机构作为引导者的角色缺位,导致如厕文化成为被放任的习俗,经年累月难以撼动。推动农村改厕,实际上是用现代化的生活方式对农村落后习俗进行的文化干预和改良。

值得一提的是,农村不同于城市,城市本身有良好的基础设施建设,比如下水道和排污设施,负责排污处理的专业市政工种等,这方面农村的基础薄弱。尤其是像山西娄烦县这些国家级贫困县,哪怕旱厕全部换成了有围墙有顶棚的蹲便器,也并不意味着改厕工作的完成。对农村而言,真正难点其实是后期的日常维护。在没有下水系统的前提下,冲洗式的厕所如何保证使用寿命,同时不至于增加农民日常的养护负担,将决定厕所革命的真正成效。

从这个角度来看,农村厕所革命的成果验收,必须打破唯数据论的思路,防止公共政策在基层走样,以至于一些地方将新建了多少个蹲便器当作政绩来宣传。此外,对于搞形式主义工程所造成的浪费,也有必要彻底调查,看看钱到底是如何用的,甚至是否流入了个人腰包。

民生视窗编辑部

主任:王志

执行主编:谷亚光

新闻热线:(010)56805027

监督电话:(010)56805167

电邮:gu8138@163.com



### 广西龙胜举办 龙脊梯田文化节

6月28日,广西桂林市龙胜各族自治县第七届龙脊梯田文化节开幕,来自当地苗、瑶、侗、壮等少数民族的同胞欢聚一堂,开展民族歌舞表演、民族服饰巡游等多姿多彩的民族文化展示活动,吸引众多游客前来参观体验。图为少数民族同胞参加龙脊梯田文化节巡游活动。

新华社发(黄勇丹 摄)

□ 何欣荣

上海白领顾欣是一名95后,领到第一个月工资,她就毫不犹豫买了一瓶产自日本、价格在1000元左右的护肤精华露。“这个牌子在我的朋友圈里的口碑很好。买贵一点的化妆品,对自己算是一种长期投资吧。”

国家统计局的数据显示:今年前5月国内化妆品零售额1057亿元,同比增长14.8%,高于同期9.5%的消费增速。在消费升级的背景下,小小化妆品成了一门大生意。

### 化妆品在进口商品消费中占比最高

尽管从整体市场份额看,国产化妆品呈“逆袭”之势。但在高端市场上,外资和进口化妆品仍占据明显优势。

商务部5月底发布的《主要消费品供需状况统计调查分析报告》显示,家庭月收入超2万元的消费者都购买过进口商品。进口商品消费占商品消费总额比重达到三成以上的消费者中,购买前五位的是化妆品(36.1%)、母婴用品(33.4%)、钟

表眼镜(28.9%)、乘用车(27.3%)、珠宝首饰(22.7%)。70.2%的消费者表示,购买化妆品最注重品质。

政策方面也对进口化妆品有利好。今年7月1日起,我国将较大范围内下调日用消费品进口关税,其中洗涤用品和护肤、美发化妆品的平均进口税率由8.4%降至2.9%。

“关税的下降会让进口化妆品在中国市场上更具竞争力。特别是进口彩妆,从今后几年预计继续保持30%~40%的增速。”凯度消费者指数大中华区总经理虞坚告诉新华社记者。

### 高端化妆品鲜见本土品牌

一般而言,200元以下的化妆品单品属于大众品牌,200元~400元的单品属于中高端品牌,400元以上

则属于高端品牌。在400元以上区间,除了上海家化的佰草集等少数品牌,本土企业的身影尚不多见。

究其原因,高端化妆品并不像大众品牌,容易产生“广告一响,黄金万两”的效果。没有卓越的品质支撑和10年以上的培育,很难在高端市场上占据一席之地。

包括欧莱雅、宝洁在内的外资巨头,在国内化妆品市场上一直处于品牌强势地位,其秘诀之一就是研发的重视。

华创证券研究员王薇娜表示,像欧莱雅这样的公司,一方面通过研发使其在抗衰老与防晒等方面技术领先,另一方面通过大量收购对产品生产线进行完善。近年进入稳定增长期后,又研发出口服化妆品等新品。

查阅本土化妆品公司年报,

2017年上海家化研发投入占营业收入的比重约2.5%、珀莱雅约2.3%。“尽管在研发投入比例上,内资企业与外资基本打平。但受制于企业体量,本土品牌的研发投入绝对额远低于外资巨头。”安信证券的报告指出。

### “配方”里为研发加点儿“料”

很多人注意到,近年来,本土化妆品企业在营销传播上发力甚猛。不少热门的电视综艺节目冠名,化妆品企业都是“金主”,为此付出的费用多达上亿元。

以丸美股份为例,近3年来广告宣传类的经费支出合计金额9.4亿元。与此同时,3年的研发费用累计不到1亿元。去年11月,监管部门发布的信息显示,丸美股份等18家企业生产的20批次防晒类化妆品不合格。

## 本土化妆品营销呈现好势头

国家统计局数据显示:今年前5月国内化妆品零售额1057亿元,同比增长14.8%,高于同期9.5%的消费增速