优质纳税信用成为企业重振发展“金名片”

在湖北省2020年纳税信用评价中，近5万户实现了评价档次“升级”

□ 朱 彦 郑 刚 叶 刚

近日，国家税务总局湖北省税务局发布的湖北省2020年纳税信用评价结果显示，本次参评的94.72万户企业纳税信用状况持续向好，其中A级企业数量大幅增长，B级和M级企业数量稳中有升，C级和D级企业数量持续减少。

纳税信用是衡量企业信用的重要指标。近年来，随着湖北省纳税信用评价结果应用向多领域扩展，优质的纳税信用已成为当下企业疫后重振、加快发展的“金名片”。

“金字招牌”成色更足

据介绍，税务部门每年依据主观态度、遵从能力、实际结果和失信程度4个维度、近100项评价指标，对企业纳税人信用状况进行综合评价，评价结果由高到低分为ABMCD共5个等级。税务部门按照守信激励、失信惩戒的原则，对不同信用级别的纳税人实施分类服务与管理。目前，纳税信用评价已基本覆盖全省企业纳税人。

2020年纳税信用评价结果显示，湖北省企业整体纳税信用状况持续向好，呈现四个特点：一是参评企业增长较快。2020年参评纳税人94.72万户，较2019年增加14.39万户，增幅17.91%，彰显该省营商环境持续优化，市场活跃度不断提升，市场主体数量稳步增长。二是AB级企业数量大幅上升。与2019年相比，2020年A级企业数量增加1.63万户，增幅36.77%；B级企业数量增加8.93万户，增幅29.15%。AB级企业占全部参评企业户数的比重由43.56%提升至48.32%，提高4.76个百分点，呈现连续5年稳中有升的态势，表明纳税人对纳税信用越来越重视，依法诚信纳税意识不断增强。三是M级企业总量稳中有升。2020年M级企业数量较上年增加5.88万户，占评价总户数的比例由39.39%增加到39.83%。四是CD级企业数量持续下降。与2019年相比，C级企业数量从5.13万户减少到1.45万户，其中通过信用修复减少2.25万户，占比从6.39%下降到1.55%。D级企业数量占比从10.67%下降到10.47%，较同期户数减少0.85万户，表明失信群体内部结构也在向好转化。

“一诚天下无难事”，湖北省税务局纳税服务处处长宋长军表示，从今年评价结果看，纳税信用A级和B级企业数量大幅度增加、比例进一步提升，说明广大纳税人依法诚信纳税的意识、意愿、能力都在增强，而作为市场主体的企业越来越注重珍惜和呵护商业信誉，将良好的纳税信用视作无可替代的“金字招牌”。

“修复”的是信心和动力

一朝失信处处受限，但作为失信主体并非没有自我纠错的机会。得益于信用修复机制，在湖北省2020年纳税信用评价中，近5万户实现了评价档次“升级”，这是不同于往年纳税信用评价的一大亮点。

数据显示，2020年纳税信用评价共评出A级纳税人59,953户，较信用修复前增加12,811户，占比从修复前的4.98%提升至6.33%；B级纳税人395,497户，较信用修复前增加6141户，占比从修复前的41.34%提升至41.99%；M级纳税人375,782户，较信用修复前增加5821户，占比从修复前的39.21%提升至39.83%；C级纳税人14,547户，较修复前减少22,486户，占比从修复前的3.94%减少至1.55%；D级纳税人99,156户，较修复前减少2286户，占比从修复前的10.53%减少至10.29%。

据了解，全省参加纳税信用评价的94.72万户企业中，19项信用修复指标覆盖73.53万户，覆盖率达78.07%，其中有31.46万户企业通过信用修复获得加分，修复面达到42.79%，最终有4.95万户企业通过信用修复提升了纳税信用等级。

宋长军介绍，从2020年开始，湖北省全面实行纳税信用修复制度，纳税人发生了19种办税时容易“踩线”的情节轻微或未造成严重社会影响的纳税信用失信行为，纳税人在主动纠正、消除不良影响后，可在规定期限内向主管税务机关申请纳税信用修复，改善自身纳税信用状况。

修复的不仅仅是信用，还有企业复工复产复销的信心。

“关键时期，信用修复机制拉了我们一把！”湖北文兴建筑工程有限公司法人闵辉泳感慨道，“纳税信用等级修复为A级后，我们通过建设银行的‘银税贷’APP获得了 80万元贷款，解决了燃眉之急。”

据介绍，在2020年纳税信用评价中，该公司原本因未按法定期限办理纳税申报扣了5分，幸亏及时纠正失信行为，扣除的分数自动修复，纳税信用等级也从原始评价的B级转为修复后的A级。

“受疫情影响，公司复工复产以后现金流压力很大，如果没有金融‘活水’救急，公司运营难以支撑下去。好在有纳税信用修复机制，让我们保住了A级信用这块‘金字招牌’，顺利获得融资支持。”闵辉泳深有感触地说。

以信赋能“贷”来生机

面对疫情带来的前所未有的冲击，湖北税务部门充分利用“银税互动”平台，将纳税信用变现为“真金白银”，助力企业稳产能、渡难关。

优质的纳税信用正在成为鄂企浴火重生、恢复生产和发展的“金名片”。数据显示，今年1–5月，湖北省有15,671户小微企业获得“银税互动”贷款金额124.52亿元。

金融“活水”有效纾解企业复工复产进程中遇到的“钱紧”之困。

“受疫情影响，公司生产线一直未能满负荷运转，资金周转也遇到困难，幸亏有这笔及时到账的纳税信用贷款，无异于雪中送炭！”武汉博达鸿盛塑料有限公司财务总监徐友梅松了一口气说。

据介绍，武汉博达鸿盛塑料有限公司纳税信用已连续4年被评为A级。今年5月，该公司凭借多年来一直保持的良好纳税信用，顺利获得500万元纳税信用贷融资，化解了公司的“资金渴”。

今年4月，国家税务总局与银保监会联合印发《关于发挥“银税互动”作用助力小微企业复工复产的通知》明确，对于受疫情影响严重的湖北省，将受惠企业的范围进一步延伸到纳税信用C级。目前，湖北省内已有6家银行机构将纳税信用C级纳入“银税互动”范围。至此，A、B、M、C四级可享受“银税互动”利好的中小微企业占比达90%以上。

优质纳税信用不仅是企业解决融资难题的“金钥匙”，还是享受税费优惠政策的“敲门砖”。

“1.08亿元的增值税增量留抵退税款已到公司账上，没想到政策含金量这么高，也没想到兑现红利的速度这么快，还真有点出乎我们的意料。”近日，湖北星晖新能源智能汽车有限公司收到一份退税“大礼包”，公司企业负责人沈晖难掩喜悦之情。

湖北省税务局副局长杨绪春表示，下一步全省税务部门继续完善纳税信用管理制度，充分发挥纳税信用规模宏大、真实可信、分级可比、部门共享、可以修复的优势，让守信企业一路畅通、失信企业处处受限，持续构建以信用为基础的新型税收服务管理机制，为湖北疫后重振、实现高质量发展贡献税务力量。

广州警方跨省全链条打掉一电信网络诈骗团伙

日前，广州警方通报，历时近6个月的艰苦侦查和跨省收网，该市警方将一个隐藏在海南省儋州市和四川省绵阳市、专门冒充网贷平台客服实施电信网络诈骗的犯罪团伙全部成员悉数抓获。图为警方展示缴获的作案手机、银行卡等物品。

姬 东 摄

诚信故事

小家大爱 一诺千金

——记甘肃省灵台县最美诚实守信白海灵家庭

□ 杨小兰

诚实守信是中华民族的传统美德，千百年来，人们讲求诚信，推崇诚信，更是有“一诺千金”这样的成语。在我们身边，就有这样一户家庭，他们用平凡生活中的小事践行着诚信美德，用二十六年如一日的行动实现着自己的诺言，这就是甘肃省灵台县百里镇观音村村医白海灵的家庭。这是一个普通的4口之家，妻子余宝玲在家务农，女儿是一名高三学生，儿子在百里中心小学三年级就读。

1993年7月，白海灵从定西卫校临床医学专业毕业后，毅然决然地踏上了回乡之路，成为了一名普通的乡村医生。“做一名让病人满意的好医生”，这是他对群众许下的承诺。一句承诺，他一坚守就是二十六年。二十六年如一日，他在平凡的岗位上默默耕耘，兢兢业业、任劳任怨，把自己的全部心血浇灌在了乡村卫生事业上。

1994年，在他当村医的第二个年头里，白海灵遇到了一件棘手的事。当时村里的一个小孩因肠梗阻疼得四肢蜷曲，头上直冒冷汗。他用听诊器听了一下，初步诊断为肠梗阻，可村里没有诊断设备，孩子的母亲不愿意去县医院就诊，而孩子父亲又不在家。就在危急时刻，他给孩子用了止痛的药物，缓解了孩子的不适。随后他趟过冰冷的河水去找孩子的叔父和伯父送孩子去县医院就诊，挽救了孩子的生命。如今当年的小孩已成家立业，每次见到他便说：“感谢您当年救了我的命。”

一个药箱、一个手提袋，是白海灵生活中几乎不离手的“家当”。他的医药箱成了“百宝箱”，工作日志更是详细地记载着每一位需要定期检查的患者。如今村子里与他签约的村民有321人，他坚持行走在乡村，为村里的老人每年体检一次，为患有高血压、糖尿病的群众每季度进行一次慢性病随访，同时不定期到贫困户家中为贫困群众做体检，宣传国家相关的扶贫政策。每次到体检时间，不管村里的老人记得不记得，他都会遵守签约医生承诺，准时上门给村里的老人体检。

近年来，村子里的劳动力大多数都外出务工了，留在村子里的老人和孩子居多，对于白海灵来说，也许为群众看病只是一个方面，更重要的是陪伴、安慰和守护。村里有很多留守老人，生病了来卫生室看病，白海灵充当的就是亲人的角色。慢慢地，白海灵觉得守护乡亲们的安康成为了自己离不开的日常工作，乡亲们也对白海灵越来越依赖，觉得白海灵在，就有安全感。

当村医挣不了钱，曾有一段时间，一位一起长大堂弟，动员他外出务工，白海灵也曾动摇过。但背上医药箱走村入户时，看到乡亲们生病时期盼的眼神，听到乡亲们得到救治后感谢的话语，他又觉得无论如何也得留在村子里。

26年一路走来，当年的毛头小伙子如今已年过半百，在他眼里，变化的是他的工作条件越来越好，不变的是对乡亲们的守护。人们常说，一诺值千金，其实不需要什么豪言壮语，二十六年的守护，就是白海灵对父老乡亲最好的承诺。他脚踩故土，二十六年如一日，一声承诺，一串脚印，守护着父老乡亲的安康。

谈起妻子余宝玲，白海灵总是感慨万千，充满感激。这一路走来，都是妻子不离不弃，一直站在他的身后默默地帮助他处理好家里的大小事，让他免去后顾之忧。可以说没有妻子对他工作上的支持和对家庭的无私奉献，他也不可能坚持下来。夫妻俩也经常教育孩子要“待人以诚，重信守诺”。他们一家人从身边的一点一滴做起，共同坚守着“诚信”这个人生信条，用一件件平凡的小事，践行着“言必信，行必果”的诺言。

舆情参考

加强预付式消费管理 不能仅靠事后维权

热点回顾

2018年9月，深圳市健之美俱乐部突然关门，上百名消费者的预付款眼看就要打水漂。2018年10月，深圳市消委会、光明区消委会联合约谈健之美俱乐部经营者卿罗明，其书面承诺会尽快妥善解决好消费者的投诉，但事后却迟迟不肯履行承诺，这让百余名消费者焦虑不已。随后，深圳市消委会再次联系经营者时，其拒绝约谈，给市消委会一线调解人员吃了“闭门羹”。

面对此窘况，2019年4月，深圳市消委会联合光明区消委会根据《消费者权益保护法》赋予的工作职责，接受消费者的委托，对损害消费者合法权益的健之美俱乐部提起诉讼。2019年9月20日，案件在深圳宝安区人民法院开庭审理并取得胜诉判决。然而，经营者拒不履行生效法律文书确定义务。2020年4月，深圳市消委会向宝安区人民法院法院申请强制执行。2020年5月15日，“预付式”跑路法人代表卿某被推送至最高人民法院失信被执行人黑名单，终于迫使“跑路老板”退还了消费者的预付款。

舆论声音

中国消费网：深圳市消委会此次维权行动为解决预付式消费纠纷维权难题，惩治“跑路老板”，提供了良好借鉴，值得各地推广。对失信跑路的经营者，就要让他们尝到失信的苦果，让他们“一处失信，处处受限”，才可能挽回消费者的损失，对不法商家形成震慑，有助于破解预付式消费乱象。

《深圳商报》：美容美发、健身房、培训机构等预付式行业消费投诉居高不下，针对该现象，深圳市消委会追到底、问到底，支持消费者起诉，帮助消费者向法院申请强制执行，将不良商家纳入最高人民法院失信被执行人名单，有效发挥信用对不法经营者的约束作用，加重不法经营者的失信违法成本和惩戒力度，有利于净化消费环境，让失信者寸步难行。

人民论坛网：当前，我国关于预付式消费的法律法规尚未形成体系，仅在《民法》《合同法》《消费者权益保护法》中存在一些原则性、禁止性条款，难以全面有效地保障消费者合法权益，需要我们进一步完善相关法律规范。一是完善《消费者权益保护法》。二是完善预付式消费合同规范。三是扩大赔偿性惩罚适用范围。

山东君孚律师事务所律师刘东斌：建议尽快制定关于预付式消费的管理办法或地方性法规，建立一整套针对预付式消费的管理制度，建立全面、系统的监管体系；进一步完善信用约束机制，强化经营者的主体责任，对经营者设置信用门槛，实行负面清单管理；推行统一的合同示范文本，加大日常监管力度。

本刊点评

预付式消费本是一项“双赢”的消费方式，既让商家维持稳定客源，又让消费者获得优惠。但是，一些商家推出的预付式消费逐渐偏离正轨，暗藏“霸王条款”，甚至存在“圈钱跑路”现象，侵犯消费者合法权益。

今年1月，中国消费者协会在分析2019年全国消协组织受理投诉情况时就指出，“预付式消费进入健身、美容、餐饮甚至教育培训领域，维权事件多发”。据《新冠肺炎疫情期间预付式消费维权分析报告》，全国各地疫情期间预付式消费纠纷有所增加，主要包括疫期暂停营业退费纠纷、服务方式变更、使用期限受限以及商家倒闭四个方面，引发人们对预付式消费的关注。如何避免预付式消费带来的一系列负面社会影响，以更好地维护消费者合法权益，成为亟待解决的问题。

深圳消协组织支持起诉失信经营者，借助法律武器，帮助消费者挽回损失的做法值得推广。当前个体诉讼面临诉讼难、诉讼贵、诉讼累的现实困境，深圳市消委会积极担负起消费者“娘家人”的职责，支持受损害的消费者提起诉讼，有助于降低个体消费者的起诉成本，提高诉讼案件的执行效率，极大地震慑了失信企业，有利于维护市场秩序。

但光靠事后维权不能有效治理预付式消费陷阱，加强预付式消费的事前事中管理才能做到“防范于未然”。

一方面，有关部门要加强对预付式消费进行动态监管。一是建立事前承诺。建议在企业收取消费者费用的同时签订企业承诺书，并明确其所需承担的违约责任，包括失信信息的共享和公示等。二是注重事中动态监管。对经营者实施日常经营动态监管，包括经营者账户资金、预付金、保证金等，同时做好现场审查，一旦发现潜在风险和存在问题，及时要求经营者及时整改，接受行政处罚，经营者也需要定期报送会计账簿、财务报告等资料，积极配合行政部门监管工作。

另一方面，行业协会要加强对预付式消费企业的诚信引导。一是制定行业统一规范标准。行业协会应结合本行业特点，制定行业公约，推广行业自律，督促协会成员遵守相关法律法规，严格依照行业管理制度，履行企业社会责任。二是开展商家信用状况评价工作。行业协会有义务面向社会公布商家信用状况，向消费者提供商家资讯服务，既要公布诚信经营商家名单，鼓励消费者支持诚信商家，又要定期公布失信商家名单，向消费者发出消费警示，提醒消费者谨慎对待失信商家，避免在失信商家进行预付式消费。同时，行业协会要确保商家信用评价信息真实、准确、及时，严禁行业协会与商家之间存在不正当利益输送，确保诚信商家、失信商家名单具有公信力。

（本栏目由本报记者何玲编辑整理）