

积极财政政策聚力增效 减负惠民“红包”释放活力

新华社记者 胡璐 郁琼源

2018年,见证积极的财政政策自2008年重启后进入第10年。

最新公布的全国财政收支数据显示,与上月相比,5月份全国一般公共预算收入增幅回落至个位数增长,但前5个月收入仍保持两位数增幅。

专家分析认为,宏观经济稳中向好是财政收入保持较快增长的主因,我国一系列减税降费措施,尤其是深化增值税改革取得明显成效,有效减轻纳税人负担。同时,今年以来科技、社会保障和就业、医疗卫生、扶贫等方面财政支出进一步增长,积极的财政政策持续聚力增效,激发经济活力。

经济持续向好支撑财政收入较快增长

财政部数据显示,今年前5个月,全国财政收入同比增长12.2%,其中税收收入增长15.8%。5月份单月,全国财政收入17631亿元,同比增长9.7%。

税收是经济的“晴雨表”。财政部综合司有关负责人说,前5个月我国财政收入继续保持较快增长势头,而且主体税种增长较快,主要是供给侧结构性改革不断深化,经济运行延续稳中向好态势,经济发展质量和效益提高,为财政收入实现较快增长奠定了坚实基础。

“工业和服务业较快增长是财政增收的基本支撑。”这位负责人说,我国税制结构以间接税为主体,国内增值税占全部税收约四成。今年前5个月工业增加值增长6.9%,比上年同期加快0.2个百分点,服务业生产指数连续5个月保持8%以上较快增势,带动前5个月国内增值税同比增长19%,拉高税收收入增幅6.8个百分点。

中国财政科学研究院院长刘尚希说,由于财政收入以现价计算,税收收入对工业品价格变化的弹性较高。财政收入增速较快也受前5个月PPI价格涨幅较高,工业、商业、房地产和金融业企业利润增长带动,以及我国积极扩大进口相应带动进口环节税收高速增长等因素影响。

减税降费激发市场活力

积极财政政策发力一大看点就是减税降费。近年来我国持续加大减税降费力度,过去5年通过实施营改增累计减税2.1万亿元,加上采取小微企业税收优惠、清理各种收费等措施,共减轻市场主体负担3万多亿元。

从今年5月1日起,交通运输行业增值税税率从11%降至10%。重庆长安民生物流股份有限公司财务总监李清青算了笔账:今年5月至12月,公司应缴增值税税额1934.24万元,比在11%税率下减少92.96万元,降幅达4.59%。

“税收优惠就像催化剂,在公司增加研发投入、升级改造等方面发挥了重要的推动作用,让我们在创新发展的道路上更坚决,更有底气。”宁波公牛电工集团财务总监张丽娜说,2017年1月至2018年3月,企业共减免税款3.57亿元,其中享受高新技术企业税收优惠2.15亿元,研发费用加计扣除1.07亿元。

自2018年5月1日起,我国将制造业等行业增值税税率从17%降至16%,将交通运输、建筑、基础电信服务等行业及农产品等货物的增值税税率从11%降至10%。同时,统一增值税小规模纳税人标准,实施部分行业企业期末留抵退税,将进一步降低纳税人负担,以上

举措预计全年减税4000亿元。

在瑞华会计师事务所管理合伙人张连起看来,5月份财政收入增幅环比有所下降,是减税降费举措,尤其是深化增值税改革成效显著的重要表现。

“今年国家万亿(元)减税降费举措绝大部分要等到6月份才能落地见效,未来减税成效有望进一步放大,预计全年的税收收入增幅将逐步回落。”国家税务总局税收科学研究所所长李万甫说。

重点支出聚力增效惠及民生

数据显示,1至5月,全国一般公共预算支出82695亿元,同比增长8.1%,为年初预算的39.4%,比去年同期进度加快0.2个百分点。

从支出方向来看,财政支出重点保障了民生等领域的需要:科学技术支出2409亿元,同比增长18.5%;社会保障和就业支出13196亿元,同比增长11.9%;文化体育与传媒支出1025亿元,同比增长9.7%;医疗卫生与计划生育支出6931亿元,同比增长7.4%;农林水支出6346亿元,同比增长7.2%……

“财政支出进度加快,支撑经济平稳增长。”财政部综合司有关负责人说,今年以来,各级财政部门认真贯彻落实党中央、国务院决策部署,有效落实积极的财政政策,加大对供给侧结构性改革、脱贫攻坚、生态环保等方面的支持力度,财政支出保持较高强度。

此外,中央财政进一步加大转移支付资金拨付力度,前5个月对地方税收返还和转移支付32876亿元,同比增长14.1%,完成年初预算的46.7%,有效增强了地方提供基本公共服务能力。

丰收的礼赞

——农业农村部负责人解答“中国农民丰收节”热点话题

新华社记者 董峻 张弛

经党中央批准、国务院批复,自2018年起我国将每年农历秋分设立为“中国农民丰收节”。在国务院新闻办公室21日举行的新闻发布会上,农业农村部副部长韩长赋以及农业农村部办公厅主任、新闻发言人潘显政详细解答了这个节日的由来及相关问题。

这是亿万中国农民庆丰收的节日

韩长赋说,中央决定在脱贫攻坚的关键时期、全面建成小康社会的决胜阶段、实施乡村振兴战略的开局之年设立“中国农民丰收节”,将极大调动起亿万农民的积极性、主动性、创造性,汇聚起脱贫攻坚、全面建成小康社会、实施乡村振兴战略,加快推进农业农村现代化的磅礴力量。

“‘中国农民丰收节’是亿万农民庆祝丰收、享受丰收的节日,也是五谷丰登、国泰民安的生动体现。”他说,“中华农耕文化历史悠久、源远流长。‘中国农民丰收节’作为一个鲜明的文化符号,赋予新的时代内涵,有助于宣传展示农耕文化的悠久厚重,传承弘扬中华优秀传统文化,推动传统文化和现代文明有机融合,增强文化自信和民族自豪感。”

韩长赋说,在工业化、城镇化加快推进的过程中,人们对传统农耕文化的记忆正在淡化,设立“中国农民丰收节”,让人们以节为媒,释放情感、传承文化、寻找归属,可以汇聚人民对那座山、那片水、那块田的情感寄托,享受农耕文化的精神熏陶。

据他介绍,2017年全国两会期间,45名人大代表提出设立丰收节的建议。农业农村部对国内外情况进行了调研,并邀请农业、文化、传媒等领域专

家学者及农民代表研讨。大家普遍认为设立“中国农民丰收节”十分必要,实施的基础和条件已经成熟。

秋分时节与农事密切相关

不同作物收获期各不相同,为什么把每年秋分设为“中国农民丰收节”?韩长赋表示,俗话说“春生夏长秋收冬藏”,丰收节和农事传统密切相关。把秋分定为“中国农民丰收节”基于这几点考虑:

从节气上看,春种秋收、春华秋实,秋分时节硕果累累,最能体现丰收。秋分作为二十四节气之一,昼夜平分,秋高气爽,既是秋收、秋耕、秋种的重要时节,也是稻谷飘香、蟹肥菊黄、踏秋赏景的大好时节。

从区域上看,我国地域辽阔、物产丰富,各地收获时节有所不同,但多数地方都在秋季,秋收作物是大头。所以兼顾南北方把秋分定为“中国农民丰收节”,便于城乡群众、农民群众参与,也利于展示农业的丰收成果,具有鲜明的农事特点。

从民俗上看,我国十几个少数民族有庆祝丰收的传统节日,如畲族的丰收节、藏族的望果节、彝族的火把节,大多都在下半年。在国家层面设立一个各民族共同参与、共庆丰收的节日,有利于促进中华民族大家庭的和睦团结和发展。

粮食欠收时通过办节可提振信心

如果粮食欠收,是否还办“中国农民丰收节”?针对这一问题,农业农村部办公厅主任、新闻发言人潘显政回答说,党的十八大以来,党中央、国务院出台了一系列强农惠农富农政策,

尤其是通过持续推进藏粮于地、藏粮于技战略,目前粮食综合生产能力稳定在12000亿斤以上,这是农业的基本面。

他也同时表示,我国自然灾害多发,部分地区、部分时候可能会出现减产或欠收情况。

“俗话说,东方不亮西方亮。我国幅员辽阔,局部减产并不代表全国情况。”潘显政说,“如果某些地方欠收,更要激发、振奋农民的精神夺丰收,在其他方面以丰补欠。通过举办‘中国农民丰收节’,既可以提振信心,又可以为农民增收搭建平台。”

根据不同地方农事特点开展丰富活动

“中国农民丰收节”怎么过?韩长赋说,鼓励各地从实际出发,结合当地的民俗文化、农时农事,组织开展好农民群众喜闻乐见的活动,做到天南地北、精彩纷呈,突出地方特色,不搞千篇一律。

他说,乡村风情不在奢华,办好“中国农民丰收节”,既要有节日的仪式感,又要避免铺张浪费,要形成上下联动、多地呼应、节俭朴素、欢庆热烈的全国性节日氛围。同时,农民广泛参与是关键,所以支持鼓励农民开展与生产生活生态相关的丰富多彩的活动,让农民成为节日的主角。

韩长赋还强调,“中国农民丰收节”既是农民的节日,也向其他社会群体开放,将通过开展亿万农民庆丰收、成果展示晒丰收、社会各界话丰收、全民参与享丰收、电商促销助丰收等活动,让全社会都感受到丰收的快乐,办成农业的嘉年华、农民的欢乐节、丰收的成果展、文化的大舞台。



◀回力运动鞋

▼百雀羚



你以为“消失”了的,其实正全新回归

——说说当年“爆款”的前世今生

新华社记者 高亢 有之妍

大哥大、BP机、铝制饭盒……曾经风靡一时的“爆款”商品,见证了生活的日新月异。

北冰洋汽水、回力运动鞋、永久自行车……原以为已经“消失”的国民品牌,其实正以全新方式回归。

40年弹指一挥间。改革开放以来,我们的生活发生了翻天覆地的变化。产品迭代的背后,不变的是人们对美好生活的向往。

曾经风靡一时,如今消失无踪

“滴、滴、滴滴滴”……这是回响在一个时代的通信记忆。出生于1940年的管纯明,是上海电信最早一代的电报机业务员。

“上世纪70年代,国内电报业开始发展,高峰时仅上海电信公众电报一天的交换量就突破20万份。”管纯明回忆道,“80年代末,有线电话出现后,电报机逐渐退出了历史舞台。”

随着大哥大、BP机等新型通讯设备步入寻常百姓家,人与人之间的联系越发紧密和快捷。

“到公用电话亭,给寻呼台打电话,发到家人BP机上一条信息或一行数字代码,曾经是一件很时髦的事。”长春市民李鹏飞回忆道,BP机刚推出时,信息以数字形式接收。

2000年后,手机和智能手机的出现,不仅让电话、BP机和MP3随身听等产品走向衰落,同时也改变了人们的生活习惯。

“以前隔三岔五就去照相馆拍照,那时黑白照片还会裁出花边,插在相册里或摆满书架。现在很少能找到冲洗胶卷的地方了,照相都用数码相机或手机,直接存在电脑里。”北京市民许秀霞说,不但相机胶卷成了历史,家里以前的飞人牌缝纫机、有线电话、录像机和DVD等都成了收藏品。

“小时候,每天清晨背着书包,带着绿色军用水壶和铝制饭盒,开开心心骑着凤凰自行车就上学去了。”哈尔滨市民田萌说,这套“装备”当年曾引来班里无数羡慕的目光,如今的孩子却连见都没见过了。

世界变化太快,“爆款”渐成回忆

40年来,我们的衣食住行发生了巨变。“提起百雀羚,那小圆铁盒散发着一股抹不去的记忆。”上海市民刘女士说,正是使用百雀羚这样的老字号国民护肤品,让很多国人第一次有了护肤的概念。然而,随着大量洋品牌的进入,有段时间百雀羚等老国货已渐渐衰落。

中国剪刀史上,素有“北有王麻子,南有张小泉”的说法。北京王麻子剪刀以质量好、服务佳而远近闻名,最红火时,在刀剪市场曾占据半壁江山。2003年,拥有352年历史的王麻子剪刀却因经营不善停产。“以往家里裁剪衣服都用王麻子剪刀,好用还不贵,令人怀念。”许秀霞说。

白底色配红色条纹——中国回力鞋,曾创造了一种国人的穿鞋方式。很多70后、80后都有类似的记忆:“穿回力鞋,穿到脚臭才算运动到位。”然而,上世纪90年代后,随着国际品牌的涌入,回力这个品牌渐渐在国人眼前“消失”了。

有统计显示,仅在“中国品牌之都”上海,160余个知名品牌中三成已消失,五成已没落。

产品涅槃重生,经典全新归来

在一些商品消亡的同时,不少经典产品和品牌聚焦创新,涅槃重生焕发新机,重回我们身边。

不服输的“国民球鞋”回力,2010年上海世博会期间,在老厂址上开设第一家旗舰店,顾客络绎不绝,买回力鞋居然要排队。后来,回力再次针对年轻消费者调整布局和策略,如今不少90后、00后脚上一双双新回力鞋时尚感爆棚。

像回力一样,卷土重来的还有北冰洋、冰峰等本土汽水产品,通过崭新的品牌推广和长期苦练内功转型升级,消失多年后再次回归并很快得到国人认可。

曾经火爆的飞鸽、永久牌自行车,沉寂多年后,在中国“新四大发明”共享单车的带动下,悄然以网联、智能单车模样回归消费者的视野,让国人乃至世界为之惊叹。

2000年后,百雀羚借着打文化牌重回市场热销榜,而且还登录各大电商平台,再次成为国产“爆款”商品。同时,大宝、安安等上世纪80年代流行的日化用品在沉寂多年后,也全新回归,成为不少年轻人追捧的美容必需品。

中国制造正踏着第四次工业革命浪潮,向着中国创造、中国智造转变。大数据、云计算、物联网等新兴技术与制造业融合,深刻改变着制造业的发展理念和方式。更多高质量产品和服务的出现,也推动消费向中高端升级。