

急事特办 惠企利民

铁西区税务局便民办税提升纳税人满意度

本报讯(通讯员 王志民)为进一步优化营商环境,展现税务部门优质服务,在连续10年开展“便民办税春风行动”之际,铁西区税务局紧扣上级局部署,主动谋划,靠前服务,围绕“诉求响应提质”,深入落实“急事特办”的惠企利民服务,进一步提升纳税人满意度。

“149套房产的契税及时缴上了,我们终于放心了,感谢铁西区税务局的工作人员加班加点解决了困扰我们许久的问题,你们辛苦了。”中国铁路沈阳局集团有限公司土地房产管理所的办税人李先生感激地说道。

据悉,中国铁路沈阳局集团有限公司土地房产管理所于2021年购买了沈铁时代经典小区的149套房产用于职工宿舍,当时由于手续不全,未能第一时间办理契税申报。近期他们补齐了相关材料,期望尽快申报

缴纳契税,以便下一步办理房产证。

在了解企业的诉求后,为帮助企业尽早完成申报,窗口工作人员迅速将情况上报,启动纳税服务保障机制,对该项工作进行会商研究,对其工作量、复杂度、耗时程度进行评估。由于是外地企业,需要先进行跨区域税源登记,才能进行增量房税源采集和申报工作,后期还需一一审核,总体上工作量大、复杂度高,耗时长。考虑到常规工作时间内窗口业务量繁杂,难以兼顾该企业的业务

需求的情况,最终决定急事特办,由窗口人员利用下班时间为纳税人办理业务。

铁西税务局主要负责人表示:“‘诉求响应提质’是‘便民办税春风行动’的重要一环,体现了税务机关优化纳税服务,增强纳税人缴费人获得感的决心。我们税务人员要站在纳税人的角度考虑问题,急纳税人之所急,想纳税人之所想,切实解决纳税人‘急难愁盼’的事情,为优化营商环境贡献税务力量。”



作为我市重点扶持企业,吉林金恒建材科技有限公司生产的主导产品在我国重型支撑领域占据一席之地,为高速公路、高速铁路、水利电力、港航项目建设提供助力,为我市制造业赢得声誉。
全媒体记者 张宪双 摄

完善信用体系 助推经济发展

双辽市以信用之力跑出营商环境加速度

本报讯(全媒体记者 张宪双)近年来,双辽市积极创新建立信用评价机制,不断完善社会信用体系,助推经济高质量发展。

在监管方面,双辽市大力推广市场主体“主动承诺制”,在审批过程中引导市场主体主动签署信用承诺书,

以信用承诺提升企业形象。同时,对市场主体实施分级分类监管,对信用等级较高的市场主体减少检查频次,对信用等级结果较低的主体实施重点关注,通过纳入重点监管范围、开展警示约谈等手段,及早发现并消除隐患。

在信用信息共享共用方面,双辽市依托吉林省信用综合服务平台,归集企业用水、用电信息7000余条,公示行政许可、行政处罚等信息23236条,收录全市信用评价结果6000余条,形成企业信用信息报告,方便一站式查询信用信息,促进信息交换共享。

在信用融资方面,双辽市持续推进信用融资服务,依托吉林省中小微企业一站式金融服务平台,联合金融机构开发8款金融产品,累计为中小微企业提供融资5.93亿元,为破解企业“融资难、融资贵”问题提供可靠的解决方案。

营造诚信消费环境 保障群众“舌尖上的安全”

我市对食品生产加工小作坊开展专项检查

本报讯(全媒体记者 刘莉)为进一步加强对食品生产加工小作坊的食品安全监管,全面排查食品生产经营风险隐患,近日,市市场监督管理局对全市的食品生产加工小作坊开展食品安全专项检查。

专项检查着重强化食品生产加工小作坊认真学习并落实市场监管总局60号令《企业落实食品安全主体责任监督管理规定》内容,做好落实主体责任相关公示信息制度上墙。重点查看食品生产加工小作坊证照资质,从事接触直接入口食品工作的从业人员的健康合格证明,生产加工操作规范、加工场所环境卫生、食品原料进货查验记录制度的严格落实,索证索票、食品添加剂使用是否符合标准、食

品标签是否符合规定等情况。同时,执法人员现场还对小作坊生产流程进行了指导,重点强调了食品安全的重要性和小作坊如何规范化生产的方法。

截至目前,共检查食品生产加工小作坊13家。针对排查出的风险隐患问题,执法人员督促食品生产加工小作坊管理人员立即整改或限期整改,并作出整改承诺。监管执法人员将开展跟踪检查,确保问题得到有效整改。

市市场监督管理局将不断加大食品生产加工小作坊的监管力度,督促食品生产小作坊落实落细食品安全企业主体责任要求,为我市创建国家食品安全示范城市和国家卫生城市复审保驾护航。

经济资讯

2023年退休人员 基本养老金上调3.8%

新华社5月22日电 经党中央、国务院批准,人社部、财政部22日发布《关于2023年调整退休人员基本养老金的通知》,明确从2023年1月1日起,为2022年底前已按规定办理退休手续并按月领取基本养老金的企业和机关事业单位退休人员提高基本养老金水平,总体调整水平为2022年退休人员月人均基本养老金的3.8%。

据人社部相关负责人介绍,这次调整继续采取定额调整、挂钩调整与适当倾斜相结合的调整办

法。其中,定额调整体现社会公平,同一地区各类退休人员调整标准一致;挂钩调整体现“多缴多得”“长缴多得”的激励机制,使在职时多缴费、长缴费的人员多得养老金;适当倾斜体现重点关怀,主要是对高龄退休人员和艰苦边远地区退休人员等群体予以照顾。

通知要求,各省、自治区、直辖市要结合本地区实际,制定具体实施方案,抓紧组织实施,尽快把调整增加的基本养老金发放到退休人员手中。

报告显示确保粮食安全 需从增产和减损发力

新华社5月21日电 中国农业科学院21日发布的《中国农业产业发展报告2023》显示,从粮食产能提升和全产业链减损两端发力,不断夯实粮食安全根基,是新时期确保粮食安全的关键之举。

今年的中央一号文件提出,实施新一轮千亿斤粮食产能提升行动。报告预测,新一轮千亿斤粮食产能提升行动关键在于种子和耕地,主要依靠玉米和大豆,可通过高标准农田建设等措施提高单产,通过粮食作物种植结构调整等措施扩大种植面积。若2035年实现玉米增产570亿斤、大豆增产430亿斤,谷物自给率将增至97.6%。

报告显示,当前中国三大主粮

稻谷、小麦和玉米的全产业链存在浪费和损失现象。预计到2035年通过科技进步、农技推广、全民节粮减损行动等措施,粮食收获、储藏、加工和消费环节损失率若能分别减少1至3个百分点,可共实现粮食减损超过千亿斤。

农业农村部党组成员、中国农业科学院院长吴孔明在报告发布会上表示,中国农业科学院将立足涉农学科齐全、软科学与硬技术兼备的优势,加快推进农业高端智库建设,不断强化战略咨询能力,服务“三农”决策、支撑地方发展,为农业农村经济发展、政策创设和科技进步提供科学咨询和决策参考。

保险动态

整合区域党建资源 打造共建共治共享新格局

中国大地保险四平分公司联合北郊社区开展主题党日活动

本报讯(通讯员 杨晶)为提高中老年人对金融产品和服务的认知能力及自我保护能力,提升金融消费者金融素养和风险防范意识,深化社企间的互助互补,5月19日,中国大地保险四平中支北沟街道党团支部与铁西区北沟街道北郊社区共同开展主题党日活动。

在金融知识宣传活动中,大地保险分公司支部书记王苗宇带领公司业务运营部、综合部分别对中老年保险产品、反洗钱、反欺诈等金融知识进行了讲解,进一步加深中老年人风险防范意识,使中老年人充分了解八大权益及自身的各项法定权利和责任,对提升中老年人群体的金融安全意识、风险责任意识

和诚信契约精神等方面起到了促进作用。

随后,王苗宇一行人随着北郊社区党总支书记来到三隆新天地小区刘天宇家里,通过与其母亲的亲切交谈,对刘同学高中学习情况及家庭情况进行了了解,并送去了慰问品,交谈中王苗宇还鼓励孩子要努力学习,争取考上理想的大学,将来做一名对国家和社会有用的人。

王苗宇说,此次活动是金融保险业发挥消费者权益保护教育宣传主体作用的新尝试,是“党建+社区养老”新模式的积极探索,是社区党建的重要一环,对于整合社区内单位区域党建资源、打造社区共建共治共享新格局有着重要意义。

优化客户服务体验 丰富保险产品供给

中国人寿寿险公司荣获“金诺奖·中国金融产品传播典范”奖项

本报讯(通讯员 秦永祥)近日,由《中国银行保险报》举办的“2023金诺·第七届中国金融品牌影响力传播案例征集活动”获奖名单揭晓。中国人寿保险股份有限公司凭借个人养老金产品传播案例荣获“中国金融产品传播典范”奖项,并入选作为每年金诺品牌活动重要环节的“2022金诺·中国金融品牌十大高光时刻”。

“中国金融产品传播典范”是国内金融行业传播领域的一项重要奖项。中国人寿寿险公司荣获“金诺奖·中国金融产品传播典范”奖项,这是对该公司在金融产品传播方面的突出表现和业务实力的高度认可。此番获奖并入选十大高光时刻,展现出中国人寿寿险公司助力国家战略、服务社会民生、优化产品供给及品牌升级等实践成效,彰显了该公司金融向善、服务于民的初心和使命。

金诺奖活动由《中国银行保险报》发起,至今已连续成功举办六届。本次征集设置“金融品牌影响力典范”“金融品牌创新典范”“金融年度优秀社会责任项目”等8个类别,由中国保险行业协会、中国信托业协会、凯度 Brand Z、Brand Finance、北京大学经济学院等机构专家从多个维度对案例进行综合评价,具有较高行业水准和业界影响力。

积极应对人口老龄化,让老年人老有所养,老有所乐,事关国家发展和民生福祉。去年11月,人社部、财政部、国家税务总局、银保监会、证监会联合发布《个人养老金实施办法》,我国个人养老金制度正式开闸。中国人寿寿险公司作为养老金业务的先行者,响应国家政策,同月便在“寿险APP”正式上线个人养老金业务专区,并实现36家省级分公司个人

养老金产品出单,覆盖所有先行地区。在中国银行保险信息技术管理有限公司披露的首批个人养老金保险产品名单,中国人寿寿险公司首款个人养老金产品——国寿鑫享宝专属商业养老保险赫然在列。

自个人养老金业务开办以来,中国人寿寿险公司从政策解读、产品亮点、里程碑事件、业务服务、客户体验等多维度着手,创新宣传方式和渠道,制定精准化传播计划,陆续推出了系列宣传稿件和新媒体物料。同时,中国人寿寿险公司加强媒体互动沟通,总公司与分公司联动,在各大主流新闻媒体和公司官方自媒体渠道实施了立体化、长周期的整合传播。

在我国老龄化压力不断增大的背景下,个人养老金业务作为养老第三支柱的重要业务项目,被寄

予厚望。中国人寿寿险公司通过多形式、多路径、通俗易懂的推广宣传,有效增加了社会大众对个人养老金制度和个人养老金保险产品的认知,提升了消费者的购买意愿,让金融养老深入人心。

今年,保险行业正加快构建新发展格局,推动高质量发展,助力全面建设社会主义现代化国家开好局、起好步。而打造立得住、叫得响、行得远,并深受消费者信任的金融品牌,是提升金融企业核心竞争力和推动行业高质量发展的关键举措。未来,中国人寿寿险公司将持续服务国家大局,坚守“保险姓保”“保险为民”的初心使命,不断提升自身品牌的内涵与价值,持续丰富多元化保险产品供给,不断升级优化客户服务体验,以更加简捷、品质、温暖的服务,满足人民日益增长的保险保障需求。