

# “税力量”催热家电消费市场

## 铁东区税务局前置服务为家电企业发展注入新动能

本报讯(通讯员 赵旭生)“高考后的消费热潮加上‘618’折扣的吸引,公司今年6月份的销售达到100万元,较去年提升25%。”四平市雷宇通信科技有限公司铁东分公司负责人何佳带着笑容分享着亮眼的业绩。何佳表示,火爆的销售背后,税务部门精准高效的服务,一直都是支撑企业轻装上阵、抢抓商机的坚实后盾。

“销售旺季叠加‘以旧换新’和‘国补活动’,开票量远超平时,我们最担心发票不够用。”何佳说,“税务部门想在了我们前面,赶在活动开始前便上门辅导发票领用和开具的相关政策,

我们提出数电发票额度调整的需求后,税务干部辅导我们通过电子税务局提出申请,当天审批、当月生效,满足了销售旺季的用票需求。”

据了解,为满足销售旺季电子产

品销售企业涉税诉求,国家税务总局四平铁东区税务局在销售旺季到来前,提前组建专项政策辅导团队,上门为辖区内重点电子产品销售企业提供税费政策宣传辅导,通过为企业开辟办税缴费“绿色通道”“点对点”提供业务办理操作辅导等举措,全方位响应企业涉税诉求。针对企业关注的折扣发票开具、补贴款申报等操作细节进行细致讲解,从而降低企业涉税风险,为企业消除后顾之忧。

“因为头一次参与国补活动,我们担心对补贴政策掌握得不全面,操作

不当会使公司产生涉税风险。税务干部针对高频操作误区为我们做了详细的辅导,还建立了实时答疑群解决突发问题,现在我们的每笔订单、每张发票都能保证合规,生意做得也更加安心。”何佳高兴地说。

铁东区税务局将持续聚焦重点消费周期和节点,前置服务,针对辖区内万达、欧亚等重点商圈覆盖企业进行精准辅导,及时响应企业诉求,帮助企业降低涉税风险,助力企业把握“以旧换新”“国补活动”等市场机遇,以“税力量”点燃家电市场消费引擎。

# 过度包装治理的“破”与“立”

## 经济论坛

拆包装像“闯关游戏”,纸箱里面是泡沫盒,泡沫盒里有礼盒,礼盒里面是铁盒,铁盒里面还有拉菲草和塑料袋……商品包装追求“高端”“奢华”,看似精美,实则无用,令消费者备受困扰。

前不久,中国消费者协会等7家协会联合发出倡议,反对商品过度包装,推动绿色文明消费,确保商品包装合规合理。有数据显示,我国包装废弃物约占城市生活垃圾的30%—40%。仅纸制包装,每生产1吨就需消耗约20棵龄龄20至40年的树木和500吨水资源。商品过度包装,拆封即被丢弃,助长铺张之风、奢靡之风,也造成资源浪费、环境污染。遏制过度包装,看似事情不大,实则意义不小。

近年来,我国加大对商品过度包装的治理力度,从出台一系列强制性国家标准,到加强线上线下常态化监管执法,再到端午节、中秋节、春节等重要节日后开展专项整治,治理成效显著。去年,500元以上的月饼礼盒已基本退出市场,电商快件不再二次包装比例超过95%,智能装箱技术让包装耗材减量达到20%。也要看到,现实中商品过度包装现象远没有绝迹,治理还要常抓不懈。

奢华的包装暗含“面子”,往往与违规送礼、高档礼品套现等问题相关联,扭曲了消费的意义。像包装精美的高档茶叶,就流传着“喝的人不买,买的人不喝”的说法。小商品亦有过度包装。当下,深入贯彻中央八项规定精神学习教育正在开展,抓早抓小、防微杜渐,纠正过度包装现象背后的享乐奢靡问题,有利于遏制不正之

风,进一步巩固风清气正的政治生态和干事创业的良好环境。

反对商品过度包装,并不意味着要降低品质、摒弃设计,也不代表包装产业的“蛋糕”就缩小了。包装产业是连接制造与消费的纽带,是国民经济的重要“配套产业”,做好绿色发展的文章,同样可以拓展高质量发展的新空间。例如,在浙江安吉,“以竹代塑”制成的可降解包装走进千家万户,不仅守护了绿水青山,也支撑起当地蓬勃发展的竹产业。目前,全球包装市场规模超万亿美元,塑料和纸占比约一半。跳出粗放经营、低价竞争的窠臼,立足循环经济探索研发有竞争力的替代材料,辅以浸润丰富文化内涵的设计巧思,包装产业向绿向新发展天地十分宽广。

不只是包装产业,放眼整个消费品行业,进一步培育绿色消费风尚,既要破除旧消费理念,也要增加新消费供给。简约不等于简陋、简单。多数时候,获得感才是人们消费决策的金标准。商品要赢得青睐,就不只要关注绿色量,更要在品质和创意上下足功夫。从轻便的竹制自行车,到健康的负碳家居,再到绿色溢价不断降低的有机食品,纵观近年来受到市场欢迎的绿色产品,都胜在找准了绿色理念和用户体验的平衡点。在供给侧更多着力,才能以不断涌现的消费新亮点,推动绿色消费理念深入人心。

《中共中央国务院关于加快经济社会发展全面绿色转型的意见》提出,“大力倡导简约适度、绿色低碳、文明健康的生活理念和消费方式”。推动经济社会发展绿色化、低碳化,需要从国家战略的大处着眼,也需要从反对商品过度包装这样的细节着手。让新风劲吹,小改变累积起来,必能撬动生产方式、生活方式的大进步。

(新华社)

# 中国仓储指数连续八个月运行在扩张区间

7月3日,中国物流与采购联合会发布的数据显示,6月份,中国仓储指数为51%,较上月回升0.5个百分点。值得一提的是,这是仓储指数连续八个月运行在扩张区间。

需求保持扩张,业务利润增长。6月,新订单指数为51.6%,较上月回升0.7个百分点,指数在扩张区间小幅上升,显示仓储业务需求活跃,新订单量持续增长。

分品种来看,消费品仓储业务需求表现更加亮眼,特别是食品、家电、农副产品等品种的新订单指数涨幅显著。在业务需求不断增长的情况下,企业整体业务利

润也有所回升,6月业务利润指数为51.1%,较上月回升1.1个百分点,时隔五个月重回扩张区间,显示仓储企业整体经营状况较前期有所好转。

中储发展股份有限公司副总经理杨晓表示,二季度中国仓储行业延续了一季度的扩张趋势,行业整体呈现顺畅高效的良好运行状态。新订单、平均库存周转次数、业务利润、业务活动预期等主要分项指数均有回升,显示仓储业务需求继续扩张,商品周转效率保持高效,企业生产经营状况良好,对市场前景信心充足。

(新华社)

# 前5个月我国规上互联网企业完成互联网业务收入7735亿元

记者日前从工业和信息化部获悉,1至5月,我国规模以上互联网和相关服务企业互联网业务收入稳定增长,完成互联网业务收入7735亿元,同比增长0.9%。

从地区看,西部地区收入增速领先,京津冀地区互联网业务收入保持较快增长。东部地区完成互联网业务收入6943亿元,同比增长2.8%,高于全国增速1.9个百分

点;西部地区完成互联网业务收入467.8亿元,同比增长4.3%;京津冀地区完成互联网业务收入2666亿元,同比增长8.3%。

此外,1至5月,互联网业务累计收入居前五名的北京、广东、上海、浙江和天津共完成业务收入6496亿元,占全国(扣除跨地区企业)互联网业务收入的84%。

(新华社)

# 前5月家电和音像器材类商品零售额增长30.2%

中国轻工业联合会近日公布轻工经济最新运行情况。数据显示,1至5月份,规模以上轻工业企业实现营业收入9.27万亿元,同比增长4.7%。实现利润5314.5亿元,同比增长2.8%。轻工业经济运行延续稳中有进态势。

国内市场规模稳步扩大。今年以来,随着一系列扩内需、促消费政策发力

显效,国内消费需求不断释放,市场活力逐步增强。1至5月份,轻工11类商品零售额35136亿元,同比增长11.9%,增速比1至4月份加快1.2个百分点。

看家电领域,1至5月份,家用电器和音像器材类商品零售额增长30.2%,自上年9月份以来持续保持两位数增长。家电产品零售向好还进一

步向生产端传导。1至5月份,家用电器行业增加值增长6.9%,洗衣机、饮水机、空调产品产量分别增长9.3%、7.9%、5.9%。1至5月份,家用电器制造业营业收入增长6.0%。

1至5月份,轻工商品出口3732.1亿美元,同比增长0.5%,轻工外贸出口承压前行,继续保持韧性。轻工21个大

类行业中,10个行业出口额同比增长。

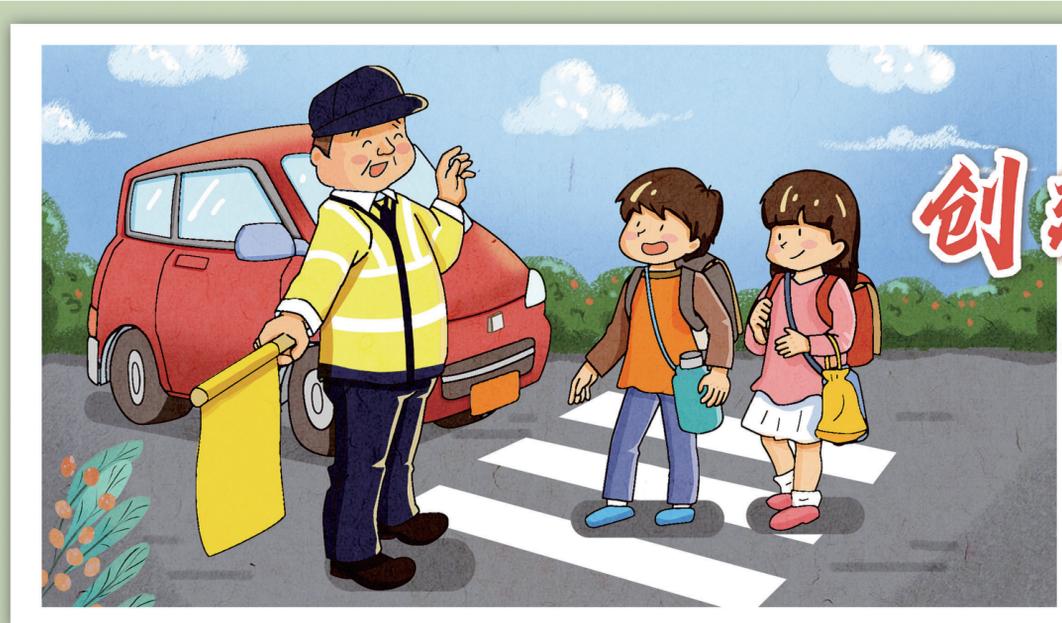
“总体看,轻工经济运行仍呈现恢复态势,随着稳经济、扩内需、促消费政策措施效果持续显现,轻工行业韧性好、发展稳、潜力大的优势将持续显现。”中国轻工业联合会会长张崇和表示。

(新华社)



在电玩城里解锁“速度与激情”、戴上VR眼镜进入沉浸式新世界……夏日炎炎,我市电玩市场玩法多多,“热浪”迭起。近年来,电玩市场持续推陈出新,形式更丰富、体验更新奇、服务更周到,吸引越来越多年轻人“为快乐买单”,为情绪消费。不论是超大型的电玩城,还是十几台机器的娃娃屋,都挤满亲子客群和年轻人。这是在我市一家商场内,消费者正在体验游戏项目。

记者 常欣月 摄



# 创建文明城市 让生活更美好

开展市民文明素养提升行动