团结 服务 引导 教育

主办单位：西南商报
支持单位：四川省工商联（商会）

突出宣传主线 弘扬川商精神

四川省工商联2019年宣教工作会议在成都举行

□王渊/图 本报记者 戴明/文

近日，四川省工商联2019年宣教工作会议暨全省非公有制经济人士理想信念教育推进会在成都举行。四川省工商联党组成员、副主席陈建，党组成员、副主席孙宁，副主席胡景寿，四川省委统战部经济处处长王志军，省工商联各处室负责人，全省20个市州工商联分管宣传的副主席(或秘书长)、负责宣传的部门负责人，省工商联直属各商(协)会代表等参加了会议。

会上，胡景寿传达了全国工商联宣教工作及理想信念教育精神，并要求从六个方面贯彻落实。

孙宁提出了2019年工作打算：一是完成理想信念教育的长效机制，把培育新生代作为重点，宣传教育工作要充分发挥引领作用；二是要开展形式多样的活动，以红色教育基地为引领，拓展思路，大力宣传四川省的优秀民营企业和民营企业家；三是推动主题教育全覆盖，推动教育活动向直属商(协)会、县级工商联、企业家自治组织覆盖。

据悉，2018年，四川省委和省政府出台20条政策措施，着力破解制约民营经济发展的瓶颈问题，全省民营经济增加值达2.3万亿元、增长8.1%。今年的政府工作报告对促进民营经济发展作出具体部署。四川将狠抓落实，努力开创民营经济健康发展新局面。坚决打通政策落地“最后一公里”。

在交流发言中，成都市工商联副主席贺鹰说，地方党政对工商联宣传工作的重视和支持非常重要，工商联应结合中心工作，整合媒体资源，为民营企业发展和转型升级营造良好环境。

会上，陈建做总结发言。他指出，做好今年四川省工商联宣教工作，一要抓实主题教育，坚定理想信念。二要开展助推转型升级、激励创业创新大培训。三要突出宣传主线，弘扬川商精神。四要积极推进非公有制经济领域党建工作。

陈建强调，四川省工商联系统的宣教工作要着力打造“四个品牌”。一是人才培育品牌。与省委组织部、统战部、商协会、企业和社会培训机构合作办学，建成四川民营企业家学院，打造四川民营企业家“黄埔军校”。二是智力服务品牌。今年要建成“一库(四川省工商联参政议政智库)两院(四川民营企业家学院、四川民营经济研究院)一中心(民营企业法律维权服务中心)”平台。三是打造网络工商联品牌。其四，打造宣教干部队伍品牌。工商联宣教工作要强起来，宣教干部队伍要首先强起来，要指定专门人员，利用专门时间，组织专门培训，制定量化考评标准，改进人才激励办法，结合“三转”活动，努力打造一支政治过硬、本领高强、求实创新、能打胜仗的宣教干部队伍。

会议现场

最后，孙宁对贯彻本次会议精神做部署：一要抓主题主线，明目明向明举措；二要抓重点亮点，善时善事善提升；三要抓高地阵地，有人有道有优势；四要抓结合整合，借势借力借资源；五要抓影响力凝聚力，实在实力求实效。

凝聚智慧 探讨建立评价体系

县域数字普惠金融指数发布暨普惠金融发展论坛在北川举行

□本报记者 王金虎

3月16日，由西南财经大学中国金融研究中心、北川县域普惠金融研究中心主办的中国·北川县域数字普惠金融指数发布暨普惠金融发展论坛在四川北川县举行，并宣布北川为“县域数字普惠金融指数”永久发布地。

本次活动以“普惠金融·科技金融”为主题，是在西南财经大学、北川羌族自治县人民政府、中国人民银行绵阳市中心支行的指导和支持下举办的政产学研协同、高规格的学术成果发布和研讨平台，旨在凝聚政府部门、金融机构、院校学者的实践、经验和智慧，探讨建立县域数字普惠金融评价体系，共同总结和探索我国县域普惠金融的现实和未来。

西南财经大学中国金融研究中心主任王擎作题为《县域数字普惠金融指数报告——基于绵阳市五县(市)的试算》的发言。他介绍，数字金融的快速发展，降低了金融服务成本，提升了金融服务效率，为破解普惠金融发展难题提供了新的着力点。

会上，王擎和北川县域普惠金融研究中心主任吴威共同发布了“县域数字普惠金融指数”，该指数是我国迄今建立的首套系统化、可复制、可推广的县域层面数字普惠金融评价体系。

据介绍，北川县连续四年获评“全省县域经济发展先进县”，连续两年蝉联四川省少数民族县前十强，获评“县域经济发展模范县”。“通过不断整合县内金融资源，打造‘金融普惠羌山’品牌，形成了具有北川特色制度化的金融工作长效机制，通过建设‘四川省数字普惠金融最佳实践区’，有效助推了经济社会各方面高质量发展。”北川县委副书记、县长瞿永安表示，普惠金融对助推实体经济发展、助力脱贫攻坚、助推乡村振兴等方面具有积极意义。

此外，本次论坛还通过学术交流，挖掘普惠金融、互联网金融、金融科技的发展之路，研究可适用于全国县域的数字普惠金融发展模式，以期推动我国县域普惠金融水平的持续提升。

融资环境回暖 资金压力沉重

房企开启新一轮密集发债

2019年以来，房企融资迎来小高峰，尽管火热的融资潮给资金困境中的房企注入强心剂，但密集发债说明房企面临沉重的资金压力。

尤其是春节过后，房企融资量呈现井喷态势，高涨的融资需求背后，是即将到来的偿债高峰。中国指数研究院的统计数据显示，2019年至2021年是房地产债券的集中到期高峰，房企面临现金流的考验。

中指院的数据显示，2019年房地产行业需偿还债券规模为4994.5亿元，到2020年，这一规模将上涨至6513.4亿元，并于2021年接近万亿元。债务到期规模连年增长，房企资金链承压。

“目前房企融资的用途都是‘借新还旧’，这无疑也表明了房企资金的严峻态势”。中指院相关分析人士指出，目前来看，房地产行业仍面临严峻的资金压力，融资渠道依然受限，海外债发行占比逐月增加。截至2月底，2019年房企境内外发债规模达1918.9亿元，较去年同期增长115.1%，发债成本出现微降态势。

克而瑞地产研究中心的数据也显示，2019年以来房企发债总量持续升高。其中，1月份发债量创近一年来新高，达1103.9亿元，2月受春节假期影响，境内外发债总量为673.93亿元，但与去年同期相比仍然增加87.7%，总体维持在高位。

节后房企开启了新一轮的密集发债，仅2月19及20日两天，就有融信、佳兆业、龙光、龙湖等8家房企发行债券。与此同时，境内融资成本也连续两个月下行，由2018年12月的6.71%降至2019年2月的4.58%。

“今年松紧适度的货币政策，对多数中小房企而言算是‘雪中送炭’，尤其是整体楼市低迷的情况下，发债融资成为确保企业现金流通畅的重要途径”。克而瑞研究中心研究员杨科伟分析认为，“整体来看，今年房企融资环境渐趋缓和，境内融资量将显著好于去年同期水平，融资成本也有望小幅回落，低位维持”。

高伟

为涉农企业送减税“春风”

近日，四川省广安市岳池县税务局工作人员向该县百果园生态农业发展有限公司负责人宣讲减税降费政策。

近段时间以来，岳池县税务局深入走访涉农企业，向新型职业农民宣传涉农税收优惠政策，送上减税降费“春风”。

王晓波 特约记者 邱海鹰 摄

2万亿元减税降费政策红包发出

税收的“减法”，如何转化成企业效益的“加法”？

在今年两会上，从去年下半年就开始酝酿的更大规模的减税降费终于揭开面纱——将制造业等行业现行16%的税率降至13%，下调城镇职工基本养老保险单位缴费比例，一般工商业平均电价再降低10%……全年减轻企业税收和社保缴费负担近2万亿元。

在经济下行压力加大、财政收支平衡紧张的背景下，如此大规模的减税降费意图何在？企业如何用好这笔钱，让政府收入的“减法”，转化成企业效益的“加法”和市场活力的“乘法”？税务部门如何发好这个“大礼包”，让所有企业都有实实在在的获得感？2万亿元减税降费政策红包发出之后，还有一系列问题等待着企业和税务部门解答。

规模空前的减税降费意图何在？

过去一年，我国为企业和个人减税降费约1.3万亿元。而今年，2万亿元的减税降费“大礼包”不仅规模更大，还直接将我国财政收入大头增值税的税率下调3个百分点。2018年我国全年税收收入137967亿元，其中增值税61529亿元，占比近半。

“减税降费的总额近2万亿元，比去年大规模的减税降费又增长了50%以上；单就减税而言，规模相当于今年预算安排的税务部门组织收入的10%以上。”3月12日，在全国两会部长通道上，国家税务总局局长王军表示，这么大的减税降费规模，无论是在国内还是在国外，无论是近些年还是几十年来，都是空前的。

政府工作报告指出，这次减税，着眼“放水养鱼”、增强发展后劲并考虑财政可持续，是减轻企业负担、激发市场活力的重大举措，是完善税制、优化收入分配格局的重要改革，是宏观政策支持稳增长、保就业、调结构的重大抉择。

中国财政科学研究院院长刘尚希委员在接受媒体采访时表示，在经济形势严峻复杂、面临更多不确定性的情况下，加大减税降费力度，才能实现中央的“六稳”要求，才能防范化解风险，为进一步改革开放、培育壮大新动能创造条件。

减负后，企业的钱怎么花？

政府的良苦用心获得了企业的积极回应。两会上，不少企业家代表委员向记者表示，要把这笔钱花在刀刃上。

“力度真是超出预期！按照这些措施来算，公司今年预计减税降费可以省下3.74亿元。”在政府工作报告送出2万亿元的减税降负红包之后，奥克斯集团有限公司董事长郑坚江代表迅速算了一笔账。

这笔钱怎么花，郑坚江代表心里已经有了打算：拿出减负资金的六成以上用于产品创新、引进高端人才……“轻装上阵，今年企业一定能有更好的发展，朝着营收1000亿元大关迈进！”

“这是国家对我们制造业最大的支持，也是给我们民营企业的一颗‘定心丸’。”天齐锂业股份有限公司董事长蒋卫平代表激动地说，“开幕当天，我都记不清楚鼓了多少次掌，而且都是大家自发的，确实让人振奋。”

当记者问到企业最想把钱花在哪时，蒋卫平代表毫不犹豫地回答：“投资。”他告诉记者，要把更多钱投在企业的发展上，从而惠及职工，增加职工收入。职工有了获得感，也会进一步促进企业的发展。

减税降费带来的红利不言而喻，其中最好的效果是能够稳就业。四川启阳汽车集团董事长王麒代表认为，通过减税降费，不仅能够提升企业的活力，也能更好地保障就业。

增加投资、提高员工待遇、加大研发投入……从一众企业减负后打起的小算盘来看，此轮减税效应值得期待。

增强企业获得感，减税红包怎么发？

“税务部门必须把减税降费实打实、硬碰硬地落到地上。我们努力的目标是：做到‘四实’‘四硬’。也就是政策制定要实，简明操作要实，宣传辅导要实，优化服务要实；信息系统要硬，数据账本要硬，检查问责要硬，改进完善要硬。”王军表示。

“决不允许收一分钱的‘过分税’，让大家每一分减税都能享受到。”国家税务总局副局长孙瑞标委员表示，随着新一轮减税降费政策落地，部分企业的发票系统需要升级，税务部门系统也要及时调整，税务部门正抓紧制定具体的减税实行时间。

据介绍，政府工作报告提出减税降费一揽子方案的当天，税务总局就向全国税务机关发出通知，要求各部门迅速行动起来，做好准备工作。3月8日，国家税务总局又决定再取消15项涉及减税降费政策落地的证明事项。

据王军介绍，目前，全国各级税务机关和广大税务干部正在夜以继日、紧锣密鼓、周到细致地进行着各项准备工作。

要让减税降负发挥做大效应，政府部门“一头忙”远远不够。对一些企业而言，政府送上的“大礼包”并非触手可得。

去年一系列减税降费政策出台后，中国注册税务师协会副会长蓝逢辉委员调研中发现，有部分企业为适应改革，规范财务的成本很高，经营成本、生产成本等存在上升压力，导致这些企业对减税降费“红包”的获得感不强。

“企业既要善于利用政策，规范财务、梳理增值税抵扣链条，降低合规成本，又要练好内功，增强自身经营发展能力。”蓝逢辉委员建议，政府要持续推进减税降费配套措施的完善，进一步增强企业获得感。

北梦原 陈俊宇 卢越 赵航

广告

商标为品牌保驾护航 迈可达防霉产品引领绿色生活

商标是企业竞争和保护企业的有力工具，在现今社会中发挥着重要的作用。当下，越来越多的企业意识到了商标的重要性。如何使用和保护商标，使商标价值最大化，已成为企业日益关注的问题。在此方面，迈可达有限公司（亦称Micro-Pak Limited，下“迈可达”）为广大企业做出了正确的示范。

据迈可达创始人兼执行董事马丁·柏文（Martin Berman）介绍，迈可达是消费品行业中首屈一指的抗微生物产品供应商，成立于1998年，总部位于中国香港，并在美国、欧洲及中国内地设有办事处。全球授权分销商超过30家，产品销往世界各地。其核心产品为Micro-Pak、MICRO-PAK、迈可达、霉必清牌防霉片和防霉纸(以下统称“迈可达”)。商家或工厂通过在其产品的包装盒或包装袋内使用迈可达的产品，可以在产品周围创造有效抑制霉菌滋生的环境，并消除残余霉菌孢子，以达到防霉功效。

迈可达自成立起便致力于绿色环保，获得了多项相关认证，马丁·柏文表示，迈可达所有产品均荣获“摇篮到摇篮”(Cradle to Cradle)认证制的银级级别，严格接受国际多项监管体系的联合监管，全力保障产品的有效性和环保性。目前，迈可达产品已经在美国环境保护局（EPA）及美国50个洲成功注册，并已完成欧盟REACH（化学品注册、评估、许可和限制）法规的预注册。根据欧盟生物杀灭剂法规（BPR）的注册也在进行中。”

迈可达产品用法简便、成本低廉、效果持久，获得了全球各大品牌、零售商和批发商的广泛采购和使用。而当前市面上出现了不少产品外观与迈可达产品非常相似的假冒产品，对此马丁·柏文表示，“假冒产品质量差，可能含有毒有害物质，对商品、环境和人体造成严重损害。为维护迈可达的合法权益，保障消费者利益并防止消费者受骗上当，购买到假冒的迈可达产品，迈可达对商标进行了全球布局，不仅基于自身现有核心产品及服务在多个国家和地区进行了商标注册，还对自身产品及技术储备申请注册了防御性商标，并在商品及服务类别上尽可能进行全类别商标注册。目前，迈可达申请注册了‘迈可达’‘邁可達’‘MICRO-PAK’‘Micro-Pak’及‘霉必清’等多个商标，同时，迈可达产品中均加入了先进的显性和隐性防伪特征，并备有防伪验证卡。希望广大消费者通过迈可达官网或是授权分销商购买迈可达产品，切实保障自身利益。”

李丽