

个税享红利还要守“红线”

未在法定期限内办理个税汇算清缴补税或虚假填报综合所得收入、专项附加扣除项目少缴税款、网络主播连续三年未依法办理纳税申报少缴税款……近日，多地税务部门曝光个税典型案例查处情况，当事人均受到行政处罚，按规定缴清税款、滞纳金和罚款，再次显示出税收法律“红线”触碰不得。

6月底刚刚结束2022年度个税汇算，很多人再次享受到个税改革的红利。在享受提高起征点、增加6项专项附加扣除等原有优惠政策的基础上，不少人还重新享受了2022年新出台的3岁以下婴幼儿照护专项附加扣除。无论是退税还是补税，或者是不退也不补的人群，大都或多或少享受到了税收优惠。这一点上，统计数据能说明问题：今年前5个月全国个人所得税收入下降1.5%，其中，随着专项附加扣除政策效应持续释放，个税综合所得汇算清缴退税同比多退199亿元。可以看出，新一轮个税改革的减负效果越来越明显。

2019年新个人所得税法施行，标志着我国建立了综合与分类相结合的个人所得税制。新税法要求年度终了后，纳税人需将工

新一轮个税改革产生红利的同时，有少数个人或者社会机构打起歪主意，寻求红利之外的不当利益。纳税人应增强依法纳税意识，提高税法遵从度，只有不触碰“红线”，才能更好享受到“红利”。

资薪金、劳务报酬等四项综合所得合并计税，向税务机关办理汇算并结清应退或应补税款。迄今为止，个税年度汇算已进行了四次。年度汇算必须由个人填报或确认各项收入、享受专项附加扣除情况等，而这些信息关系到税款缴纳的多少。能否依法、真实填报，成为摆在每个纳税人面前的重要问题。

改革产生红利，同时也有少数个人或者社会机构打起歪主意，寻求红利之外的不当利益。正如此次曝光的案例显示，一些人未在法定期限内办理或者据实办理年度个税综合所得汇算清缴，以达到少缴个人所得税的目的。其中，作假的手段主要是少申报综合所得收入、虚假填报专项附加扣除。究其原因，既有法律意识淡薄，对个税年度汇算

重视不够，未能认真核实信息，也有轻信一些机构发布的所谓“退税秘籍、攻略”，心存侥幸打“擦边球”，还有故意弄虚作假以求获取非法利益。

现行个税汇算简便易行，通过手机个税APP即可完成，这给予了纳税人充分信任和最大便利，尽量避免让纳税人提供证明，但这并非可钻的“空子”。在大数据分析面前，这些弄虚作假的伎俩无处遁形。除了依法追缴税款、滞纳金外，情节严重的，还会受到行政处罚，构成犯罪的则还会被依法追究刑事责任。报送虚假专项附加扣除信息、重复享受专项附加扣除、超范围或标准享受专项附加扣除等违法行为，税务机关将采取相应惩戒措施，也会影响个人纳税信用，可谓得不偿失。

遵守税法是依法治国的必然要求，依法纳税是公民应尽的义务。我国实施综合与分类相结合的个人所得税制时间尚短，个人对年度汇算也需要一个熟悉的过程。在税务部门采取一系列便利化、精细化措施的同时，纳税人应增强依法纳税意识，提高税法遵从度，在年度汇算中认真审核收入、扣除等信息，如实进行纳税申报，特别是对全年综合所得作出全面、清楚的总结和分类，核对专项附加扣除是否符合规定等。如果发现以前年度存在应当办理汇算清缴而未办理、申报缴税不规范、取得应税收入未申报等情形要抓紧纠正，及时消除涉税风险。

个税直接连着百姓“钱袋子”，关系国家利益。我国税制改革正在持续深化，个税改革惠及千家万户，只有不触碰“红线”，才能更好享受到“红利”。



刘志成

国产汽水如何赢得市场

屈晓东

当下，酷暑经济带动了汽水销售，一众国产老字号汽水品牌也焕发新生机。事实上，在很长的一段时期里，国内的碳酸饮料市场由国际饮料巨头所占据，国产汽水品牌一度失去竞争优势。不过，近年来随着国潮兴起，不少国产汽水企业靠着主打“国货”和“怀旧”等情怀牌来提升品牌的知名度和美誉度，实现了精准营销，也收获了比较稳定的消费人群。国产汽水品牌往往依赖于接地气、毛利高的传统销售渠道，很多消费者更习惯于在街边小店、路边摊、自营小超市等场所购买这些汽水产品。

短期来看，国产汽水品牌可以借助打“情怀牌”、高毛利等销售方式来提高销售额，但这并不能保证一劳永逸。从长远来看，这些企业需要通过创新品牌定位、提升产品品质、拓展销售渠道等方式在激烈的市场竞争中站稳脚跟，赢得更大市场份额。

国产汽水品牌需要加强产品口味和品类创新，加快品牌迭代升级，以满足人们愈加个性化和多元化的消费需求。例如，随着国民健康意识的增强，无糖、低热量成为消费者的选择偏好，一些国产汽水品牌便适时推出无糖、低糖、低卡饮品，或是富含益生菌、膳食纤维的系列产品，赢得了不少用户的青睐。

除了产品品种创新之外，国产汽水还可以通过升级包装外观来打造品牌新形象。例如，以前不少国产汽水都采用可回收的玻璃瓶装，而为契合当下的消费习惯，一些老牌汽水现在也推出了更便捷的易拉罐装和塑料瓶装。对于消费者来说，饮食产品的品质仍然最重要，这就要求国产汽水品牌不断提升自主研发能力，引进先进的生产设备和检测手段，优化配方和工艺，提高产品品质 and 安全性。

在拓展销售渠道、开发新市场方面，国产汽水生产企业也有扩容空间。很多老牌国产汽水都是区域性品牌，在全国范围内的知名度并不高。销售渠道单一、销售市场狭小等问题，阻碍着这些品牌走向全国。而“新媒体+电商”相结合的营销模式，是目前各类品牌打开新市场的重要窗口。新媒体具有覆盖广、传播快的特点，国产汽水品牌可以充分利用这些特点扩容市场空间。研究显示，近年来，国货食品饮料品牌在主流电商平台上的市场占有率快速增长，市场潜力巨大。新媒体平台等渠道正在成为越来越多国产汽水品牌崛起的“加速器”。未来，国产汽水要想赢得新的市场空间，仍需时刻洞察消费者需求，继续深耕细分市场，进一步巩固品牌核心竞争力。

(中国经济网供稿)



铁路等部门积极保障暑运出行

王琪作(新华社发)

保障暑期旅行平安有序

2023年暑运开启以来，各地学生流、探亲流、旅游流叠加，出行客流持续高位运行。暑运期间，铁路共发送旅客约1.33亿人次，日均发送旅客1334万人次，创历史新高。暑运期间客流增长，显示出游暑期旅游的巨大潜力，保障旅客旅途平安有序，有助于推动消费需求的释放。为此，铁路等部门强化出行服务和安全保障，努力提升旅客出行体验。比如，中国铁路郑州局集团公司提升卧具备品、餐饮、饮水供应等服务标准，积极落实特殊重点旅客预约和适老化服务等便民利民措施。吉祥航空在暑运期间计划执行航班近2.6万架次、预计运输旅客近400万人次，同时开通北京大兴至日本大阪、名古屋以及韩国济州岛直飞航班，满足旅客出行需求。(时锋)

立规明矩 整治自媒体乱象

中央网信办近日发布《关于加强“自媒体”管理的通知》，从13个方面对加强“自媒体”管理、压实网站平台信息内容管理主体责任、推动形成良好网络舆论生态提出了明确要求。这对于有效优化网络传播环境、净化“自媒体”生态意义重大。

中国互联网络信息中心最新发布的《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2022年12月份，我国网民规模达10.67亿，互联网普及率达75.6%。超大规模网民数量蕴含着巨大商机，同时伴随着数字经济的高速发展，自媒体作为一种全新的媒体形态已然成为创新创业的重要载体。然而不容忽视的是，个别自媒体盲目信奉流量至上，“逢财必蹭”“谁红蹭谁”，甘于沦为资本的附庸。从营销软文到洗稿生意，从内容失真到假冒仿冒，各类“自媒体”违规经营行为层出不穷，加大了政府维护市场秩序的成本，严重污染了网络生态，甚至违反了法律法规。

党的二十大报告提出，健全网络综合治理体系，推动形成良好网络生态。互联网是公共空间，针对“自媒体”违规经营乱象，要充分发挥自媒体平台、自媒体从业者、自媒体受众、政府部门等多方作用，塑造风清气正的网络经营空间。

从自媒体平台的视角而言，应持续优化运营管理职能。履行治理主体责任，完善自媒体注册、运营、关闭等环节管理的细则。运用大数据技术开展商品监控、溯源、识别，拦截虚假信息。强化退出

机制，对违法违规自媒体账号依法依规予以关停，对违法违规自媒体从业者依法依规予以处罚。

对于从业者来说，应自觉坚守公平竞争底线。肩负传播真实职责，自觉强化思想道德建设和职业素质培养。主动规避依靠蹭炒热点吸粉、利用弱势群体流量变现等违规行为。不进行虚假或引人误解的商业宣传，不损害其他经营者或者消费者合法权益。不违反法律法规规定以及双方约定收集、使用消费者信息。坚持以质量立市场、用诚信赢市场，大力培育向上向善的网络文化。

而自媒体受众也应不断提高自身权益保护能力。持续增强信息筛选能力、过滤能力、理性批判能力，注重多渠道、互补式检索，尽可能识别出失实信息、虚假商品。保持清醒思考，不被“标题党”“噱头”“低价”吸引眼球，避免冲动消费。发现商品问题及时取证留存，主动投诉，依法维权。

更重要的是，政府应切实加强立法执法和专项整治。将依法治网作为全面依法治国和网络强国建设的重要内容，努力构建完备的网络法律规范体系、高效的网络法治实施体系、严密的网络法治监督体系、有力的网络法治保障体系，完善长效工作机制。常态化开展专项整治行动，坚决打击造谣和有害、虚假信息，坚决取缔假冒仿冒的“自媒体”。

深化债券注册制改革利好实体经济

庞溟

证监会日前发布《关于深化债券注册制改革的指导意见》《关于注册制提高中介机构债券业务执业质量的指导意见》。这两个阶段性框架指导文件和相关系统性制度安排，既从落实机构改革部署和调整优化制度规则层面统一了公司债券和企业债券发行审核工作，也从发行主体层面和发行中介层面推动了信用债市场注册制改革全面落地。

我国债券市场正处在由“量的扩张”向“量质并重”转变的发展新阶段。优化完善债券审核注册制和统一监管债券市场，以信息披露制度为核心、以偿债能力和风险管理为重点，突出功能监管、统筹监管、持续监管、贯通监管、整体监管，可以大幅提升债券市场服务国家重大战略、建设现代化产业体系和支持实体经济的力量、精度和效率，促进债权融资和股票融资有效互补、协同并进。

同时，深化债券注册制改革也可以通过统一监管标准、强化质量控制、加快廉政建设、重视风险防范、压实发行人和中介机构责任，严把“入口关”和畅通“出口关”，来减少监管套利、降低弱主体发债融资概率、提升监管效能，让优质企业进一步降低融资成本、提高债券融资效率，让债券市场实现扶优限劣、

优胜劣汰、规范透明、稳定健康发展的良好生态，并持续优化资本市场融资环境，进一步推动金融市场改革开放。

在扎实推进债券注册制改革走深走实的过程中，应从多方面着手。

其一，将坚持审核注册工作的制度化、规范化、透明化原则和市场化导向与全面深化债券市场功能结合起来。应以证券法为核心，以完善债券管理相关条例为契机，以优化完善债券注册制审核注册、发行承销、日常监管、质量控制、廉政监督全流程基础制度和与之相适应的事中事后监管机制安排为抓手，以条件明确、标准清晰、程序规范、流程有序、高效衔接、权责清晰、制衡有效、公开透明可预期为导向，形成系统全面、科学合理、层次清晰、分工明确、归位尽责的注册制规则和审核注册工作流程，强化对信息披露求真务实、准确、完整的要求。这既有利于提高审核透明度和发行效率，增强债券市场支持实体经济发展的质量和效率，又有利于把企业债券能否发行、发行多少的决策权交给市场，更好发挥市场在资源配置中的决定性作用。

其二，将债券存续期全链条监管与加快推进监管转型、促进监管职能转变结合起来。在企业

纺织行业是我国传统优势产业，具有发展基础好、国际竞争力强、市场占有率高、产业链完整等特点。中国纺织行业协会不久前发布的跟踪“重点企业”和“重点集群”数据显示，今年前4个月纺织行业主要经济指标均较前3个月有所改善。长期以来，我国纺织行业创造了大量就业岗位，为消费者提供了高品质服装，也带动了上下游产业蓬勃发展，在国民经济中发挥了重要作用。

作为世界纺织业大国和纺织品出口大国，我国纺织业的发展与全球经济形势息息相关，对国际贸易环境变化也较为敏感。近年来，全球宏观经济形势复杂多变，疫情、乌克兰危机、国际通胀高企等因素先后对世界经济造成严重冲击，全球消费市场也受到较大影响。在复杂严峻的全球经济形势，我国纺织业也在一定程度上被波及。一段时期内，纺织业出现了主要经济指标增速放缓、利润下降、亏损面扩大等现象。

尽管纺织业发展仍面临一些隐忧，但令人欣喜的是，疫情后我国消费市场稳步恢复，对纺织业健康发展的支撑作用显著增强。今年1月份至4月份，我国社会消费品零售总额累计同比增长8.5%，增速呈逐月回升之势。随着消费市场回暖，我国超大规模市场的潜力快速显现，强大国内市场的优势持续彰显。在国内消费复苏的带动下，纺织业发展维持回稳向好态势。中国纺织行业协会数据显示，1月份至4月份，尽管纺织行业重点企业营业收入、出口交货值、工业增加值、利润总额较上年同期有所回落，但回落幅度已明显收窄，相关指标累计同比跌幅较1月份至3月份分别收窄3.67个、2.03个、6.05个和14.93个百分点。出口方面，前4个月纺织业重点集群出口交货值累计同比增长已转正。

纺织行业回稳态势也反映在原材料价格上。二季度以来，国内棉花价格稳步上行，4月初到6月上旬，郑商所棉花期货主力合约价格大幅上涨。总体来看，内销市场在纺织业平稳发展中发挥了“压舱石”作用，纺织业积极因素持续积累，企业正逐步走出困境。

未来一段时期，纺织业仍面临一些不确定因素，推动行业高质量发展需要发挥好政策引导作用，同时企业也要练好内功，把握好市场机遇，积极应对各种挑战。

要发挥好政策引导作用，聚焦创新、质量、品牌、产业链安全等，构建起有利于纺织业高质量发展的政策体系。一是激发棉纺织企业创新活力，提升全行业技术水平。重点依托行业国家级制造业创新中心、国家重点实验室、国家级企业技术中心等，突破关键核心技术，持续增强产业链自主可控能力。二是加强质量品牌建设，引导企业不断提高产品附加值。顺应个性化、差异化、便利化趋势，大力发展功能性纤维材料，推动新技术引领的质量标准建设，培育国潮品牌，提升国产品牌的认知度、美誉度和影响力。三是持续提升棉纺织产业链供应链韧性和安全水平。不断优化棉花生产布局，提升种植、加工、检验等环节的技术水平，完善仓储、物流基础设施，全链条、全流程发力提升产业链韧性和安全水平。

还要发挥好企业主体作用，鼓励企业加快数字化转型，走以质取胜的发展道路，不断提升技术水平和抗风险能力，改善经营绩效，夯实产业基础高级化与产业链现代化基础。要加快数字化转型步伐，提升信息化管理水平，在生产制造、质量管理、仓储物流、成本控制、市场营销等多环节更多应用数字化技术，推动数字技术与纺织、制衣、印染、刺绣等原有行业技术结合。应提升行业技术水平，加大新材料应用和新产品开发力度，特别是提升绿色材料、绿色技术、绿色产品、低碳管理等方面的创新能力，在先进技术和绿色理念引领下，提升行业的全球竞争力。还要提升抗风险能力，结合宏观经济和行业形势变化做好风险管理工作，具备条件的企业可以积极利用期货、期权对冲市场风险，综合运用“保险+期货”工具做好风险管理。

(作者系中国宏观经济研究院市场所研究室主任、研究员)