



从“以票控税”升级为“信息管税”

航天信息网络及电子发票业务助力“金税”三期

部级电子政务工程,是国家税务总局新时期实现“信息管税”,提升征管质效的重要举措。其承载着规模空前宏大、覆盖全国的税收管理体系建设任务,在税收信息化建设中处于承前启后的重要地位。该工程贯穿国税、地税两大部门,全面覆盖申报征收、税款入库、发票管理、税务稽查、纳税评估等多个工作环节,涵盖了增值税、所得税、关税等税收领域所有税种,是对我国税收体制和管理进行的一次深刻革命。

作为国家“金税工程”的主要参与者与推动者,航天信息依据国家税务总局“金税三期”整体要求,设计研发了网络发票应用系统。该平台涉及了普通发票生命周期的各个环节管理,从发票印制、发票发售、发票开具、发票查验、发票验旧到发票数据挖掘分析,使普通发票管理形成了真正的闭环,

实现了普通发票的防伪开具、即时入库、即开即验,彻底解决了普通发票管理在数据采集和查验不方便的难题,从而使税务业务实现从“以票控税”向“信息管税”的转变。

“运营商+服务商”模式 征纳双方尽享便利
随着市场经济的深入发展,当前纳税人的组织形式、经营方式、经营业务不断发生变化,税源呈现流动性、多变性和复杂性,税收管理更加纷繁复杂,征纳双方的信息不对称问题日益突出。随着税务信息化进程的不断推进,信息管税作为“金税三期”税收征管与科技工作的主要思路,既是解决当前税收征管问题的有效措施。

遵循国家税务总局的要求,航天信息网络发票应用系统整体设计采用了“运营商+服务商”模式,运营商提供安全网络通道,服务商

提供业务系统。通过网络发票应用系统,纳税人不仅可以选择电脑、手机、开票机具或自助开票终端等多个形式开具发票,同时还能实现普通发票的网上领购、开具、查验、验旧和比对,让税务机关和纳税人都享受“信息管税”所带来的便利。此外,网络发票应用系统还具有多种查验方式,公众和纳税人可通过网站、电话、手机查验发票,企业可以批量入网查验,并通过二维码快速采集发票信息,以此减少查询录入从而提升发票的查验效率。

防伪加密算法+二维码 防堵假发票
在生活中,很多人都收到过“代开发票”的垃圾短信、邮件,假发票制造者声称这些发票均可通过网络查验,可以说出售假发票的现象已经泛滥成灾。针对这些问题,各地税务系统一直在寻求杜绝假发票的方法。航天

信息网络发票应用系统利用二维码自身信息容量大的特点,采用QR(Quick Response Code,快速响应矩阵码)编码格式,将发票代码、发票号码、开票日期、金额等主要信息通过自主知识产权的加密防伪算法生成二维码,以图像化的形式进行保密存储,不仅有效保证了发票明文关键数据的安全强度,更有效实现了发票信息的快速采集。

此外,采用VPDN(Virtual Private Dial-up Networks,虚拟专有拨号网络)技术,该系统还成功为纳税人建立了安全的数据交互通道,数据在隧道中进行传输,能够保障数据的安全性。在各地应用过程中,为打击虚假发票、违法代开等违法犯罪活动都提供了强力支持,赢得了企业和税务机关的广泛认可和好评。(王鑫)

奥克斯推出除霾空调 静悦系列亮相夏日市场

作为中国空调产业领军企业的奥克斯,基于自身近20年持续品质创新积累、15年关注空气健康净化技术沉淀,向所有消费者宣告——这样的猜想将被奥克斯破解,这款名为静悦的新品将勇担此角色。

如何将空调打造成一款既可以消暑又可以净化空气的产品,对众多空调企业来说,这既是一个科研的课题,也是一个重要的商机。所以,当静悦系列空调即将上市的消息一经发出便引发了消费者的热议,大家都在讨论空调除了扮演“高温杀手”的角色,是否可以真的在未来代替空气净化器。因为无论从外观还是功能体验上,这台即将上市的名“静悦”的奥克斯空调都让人产生了强烈的期待。

最让消费者关注和兴奋的是,静悦系列空调增设了等离子空气净化功能。特设的等离子发生器,可以运行向室内释放等离子,分解空气中的甲醛,除去病菌,吸收烟雾、灰尘,净化空气。同时,在空调关机后,静悦会利用自身压缩机的余热吹热风3分钟,吹干机体内部残余水分。保持空调机体内部分清洁干爽无霉变,有效防止细菌滋生,杜绝出风异味。

这意味着消费者购买到的不再是一台可以通风、制冷、制热的空调,同时又是一台空气净化器。

而在众多消费者最为在意的噪音上,奥克斯给出了“共享呼吸”的概念,20分贝超低噪音,让空调和呼吸共振,真正实现了环境的安静舒适和清凉悦心。(小雨)

全新爱丽舍唱亮“冰与火之歌”

车稳定性也依然保持如初。超低温对全新爱丽舍的电气系统、冷热循环系统、橡胶类和塑料类等温度敏感件也没有明显的影响。测试结果显示,全新爱丽舍能够耐受-40℃以下的低温,其各项指标均已达到甚至大幅超出预定设计标准,具有极好的

寒地适应性。
在吐鲁番,测试人员对全新爱丽舍进行了以高速热负荷、野外工况、空调道路降温等为主要内容的测试。测试表明全新爱丽舍一次启动成功率、对发动机的爆震控制、蓄电池、空调制冷均表现正常。(东信)



飞利浦 55PFL6531 即将酷炫呈现

在刚刚结束的China Joy博览会上,飞利浦电视展区推出的双屏对战游戏体验游戏吸引了众多玩家前来参与,也让飞利浦6531系列液晶电视受到了广泛关注。现在,飞利浦55PFL6531液晶电视即将酷炫呈现。

飞利浦55PFL6531液晶电视是一款涵盖安卓4.0系统的智能产品,页面设计直观简洁、操作方便,满足用户的基本要求。而且,这款电视还拥有飞利浦电视流光溢彩专利技术,通过灯光色彩的变换表现出炫丽的视觉效果,同时对屏幕予以延伸,让您拥有更加清晰的观赏体验。这款电视除了拥有流光溢彩的效果外,更拥有流光幻彩及流声溢彩的独特技术。可能很多人都不太了解流光幻彩和流声溢彩,其实这两个技术是流光溢彩技术的延伸,与其差别在于,流光幻彩是电视在关闭状态下,可通过遥控选择自己所需要的色彩呈现;而流声溢彩则是LED灯光根据画面声音的频率及高低,而变化出不同的色彩,是不是很炫呢?

既然是能够进行双屏对战的产品,当然要拥有不凡的3D视觉才行!飞利浦55PFL6531液晶电视为用户量身打造不闪式、无拖影的3D立体影像,再佩戴上我们随机赠

送的轻巧免电池的3D眼镜,震撼大片般的效果瞬间体验,那种身临其境的视觉体验让用户乐在其中。况且,双屏对战游戏也需要佩戴3D眼镜哦,虽然同看一个屏幕,但是在玩家眼中展现的却是各自的游戏画面,只要你体验过就能够了解其中的精彩酷感啦!

不仅如此,为了能够让您的观影生活更加丰富多彩,这款飞利浦55PFL6531液晶电视还有Wi-Fi内置哦,轻松连接网络,下载你所需要的App以及浏览网页,最新的新闻资讯即可掌握,让您不错过任何一点的精彩。同时,飞利浦55PFL6531液晶电视还设有HDMI及USB接口,在您畅享丰富多彩的节目时,不要忘记身边的家人哦,和他们一同体验那些精彩吧。

这样一款智能化的电视产品,你是不是有些心动了呢?别急,我还没有介绍完呢,除了以上那些所描述的强大技术外,飞利浦55PFL6531液晶电视还拥有专为智能网络电视量身定做的智能遥控器,轻松划动操作手柄即可随心点播操作界面上的对应内容,自由畅享智能生活。看到这里,是不是已经按耐不住想要立刻把这款产品带回家了呢?别急,飞利浦55PFL6531液晶电视即将在各大门店酷炫呈现,如果想把它带回家,还要耐心等待哦,不过,这样一款智能化的产品,你的等待绝对值得!(陆科)

首超豪华品牌位列车企榜首

东风日产荣获 J.D.Power 2013 年度 SSI 冠军

主要因素进行考核,从而得出中国消费者的新车购买满意度。

随着中国汽车市场进入“微增长”时代以及中国消费者消费理念的日趋成熟,J.D. Power 亚太公司也相应地对中国汽车销售满意度研究的考核标准作了调整,更加侧重于汽车行业和消费者提供可操作的建议。

对此,J.D. Power 亚太公司中国区副总裁兼董事总经理梅松林博士表示:“在这样一个竞争异常激烈的市场中,将购车体验作为差异点非常关键。必须确保在价格竞争以外创造额外的客户价值,维持紧密的客户关系,从而打造口碑、并促进客户使用售后服务。”

正是在此背景下,东风日产依然以销售满意度732分的成绩位列榜首,不仅证明了其销售服务体系备受市场和消费者认可,更展现了其“领先半步”的强大品牌实力。

值得一提的是,报告显示,东风日产2013年度SSI冠军头衔的“含金量”十足:其不仅在主流车品牌中领先北京现代18分,更以11分的优势超过上届豪华车品牌冠军奥迪,成为行业首个销售满意度超过豪华车品牌的非豪华车品牌。

杨嵩表示,一直以来,东风日产都是踏踏实实去做“客户至上”,“东风日产的‘客户至上’是贯穿于售前和售后全部环节的‘客户至上’。销售满意度的提高能让更多的人选择在东风日产进行售后保养,而售后满意度的提高又能反过来促进售前。这样的良性循环,可以说是东风日产获得SSI冠军的根本原因。”

4层推进东风日产“挤干”最后一丝水分

作为一个备受消费者信赖的企业,自成立以来,东风日产始终秉承“客户至上”理念,致力于为消费者创造超越期待的客户价值体验。

业内人士分析,随着消费者消费需求的升级,促使汽车企业的服务不断升级,只有如此才能打动日益苛刻的消费者。而东风

日产坚持“客户至上”理念,一切服务均从客户真实需求出发,恰恰满足了消费者的要求,从而使得其可以超过豪华品牌,成为2013年的SSI冠军。

如其所言,东风日产自成立以来便坚持采用日产NSSW全球“9段全程”标杆销售服务。该服务强调以客户为中心,从客户需求的角度的设计销售服务流程,令顾客在整个购车过程中都可以得到规范化的服务以及尊贵的超值享受。

同时,为不断提升消费满意度,东风日产还在日产NSSW全球“9段全程”标杆销售服务的基础上,又在服务规范、商务政策、流程执行和检核机制4个层级开展了一系列工作。

在服务规范方面,东风日产针对客户开发、客户接待、需求分析、产品介绍、试乘试驾、产品确认、协商成交、新车交付、客户关怀、5S管理和礼仪十大流程开展指导,让消费者从进入专营店开始,都能享受到无微不至的全程周到服务。

在商务政策方面,东风日产在理解客户需求的基础上,推出了“SSS战略”(Sales、Service、Satisfaction),旨在通过提升“销售和服务”等“一线终端”的“现场管理”,提升销量、产值和满意度。

在流程执行方面,东风日产以强化顾客体验为目标,致力于保持强大的竞争力。针对人员管理,东风日产将工作重点聚焦在人员数量和人员质量,通过持

续和系统性的培训,确保专营店销售人员有足够的产品知识和专业素养。在人员培训与提升方面,东风日产还建立并维护种子讲师制度,彻底提升专营店的业务知识水平。

在检核机制方面,东风日产在传统的电话调查基础上,还强化了神秘顾客检核的力度,同时将检核成绩与返利挂钩,进一步提高专营店执行标准的积极性。

“这4层工作的推进就像挤海绵,”杨嵩说,“每一个环节都是一块小海绵,你以为挤干了,但其实里面还有水分。所以东风日产就对这4个环节全面发力,争取在每一个环节上都把客户满意度做到极致。我们坚信,我们一定能做到。”(王青)



近年来,随着“金税工程”的不断推进,我国税收征管水平得到了显著的提升,特别是增值税防伪税控系统推广应用以后,以伪造、倒卖、盗窃、虚开增值税专用发票等手段进行偷、逃国家税款的违法行为更是得到了有效遏制。然而,在普通发票管理方面,我国却仍然存在一些“软肋”。这是因为普通发票在我国各地普遍存在种类繁多、式样各异、规格不一、防伪措施各不相同等问题,这些问题不仅不利于税务机关规范管理,同时还不利于纳税人使用、不便于公众辨别真伪,这也成为了实现普通发票管理信息化的主要瓶颈。

助力“金税三期” 航天信息打造网络发票应用系统

金税三期工程是具有重要战略地位的国



PM2.5如今俨然成为了社会热词,越来越难觅的蓝天和清新空气,即便是夏季酷暑的来临依然没有阻挡住阴郁的雾霾,很多人曾不止一次猜想,空调是否可以成为空气净化器?在消暑的同时又能净化空气,一举两得。

在长达600万公里的全球全时全路况实车测试中,全新爱丽舍在漠河、吐鲁番经历了高寒、高温的洗礼,挑战极限的“冰与火之歌”。

在漠河测试中,全新爱丽舍即使是在80公里/小时的速度下,车轮的抓地性、整



近日,J.D.Power 亚太公司发布2013年度中国汽车销售满意度研究(SSI)报告,东风日产不仅以732分的成绩获得全品牌冠军,更以领先奥迪11分的成绩,打破了豪华车品牌对SSI冠军的“垄断”。

东风日产市场销售总部副部长杨嵩表示:“此次能够成为SSI的全品牌冠军,是市场和消费者对我们坚持‘客户至上’理念最好的褒奖。对东风日产来说,客户满意度是我们一切工作的出发点。未来,我们将继续践行‘客户至上’理念,确保消费者在购车的各个环节上对东风日产最满意。”

首次超过豪华车品牌 SSI 冠军“含金量”十足

作为最具专业性、权威性和客观性的第三方调研机构之一,J.D.Power 致力于为客户提供信息、工具与指引,从而在整体上提高客户的产品与服务质量。由J.D.Power 亚太公司发布的中国汽车销售满意度研究报告(SSI),更是将开始购车经历、销售人员、经销商设施、交易过程和交车过程作为5个