

助力民生 小微企业再迎减税利好

■ 本报记者 陶海青

作为一名小微企业老板,祝林近来很高兴。

4月2日,国务院召开常务会议,决定扩大小微企业所得税优惠政策实施范围,将小微企业减半征收企业所得税优惠政策实施范围的上限由年应纳税所得额6万元人民币进一步提高;同时将政策截止期限延长1年到2016年底。但官方消息未透露此次提高小微企业应税所得上限的具体数字。

“即使如此,政策的影响力也很大,将有更多的小微企业受惠。近年来,微型企业在政策支持下发展较快,已经成为促创业、保就业、活跃市场的生力军。”山东美盛餐饮管理有限公司总经理祝林对《中国贸易报》记者如是说。

山东省济南和正网络科技有限公司

公司执行董事孙志峰也颇有同感。他说:“这是一个利好消息。小微企业从事的大都是与民生密切相关的服务业,可以弥补产业短板,又能缓解就业矛盾,应该得到政府的支持与帮助,减轻税负就是实实在在的扶持。”

3次所得税减免政策

事实上,这是自2009年以来,中国政府第三次针对小微企业出台企业所得税减免政策,也是确保经济增长的最新举措。

2009年底,财政部、国家税务总局联合发文,规定自2010年1月1日至2010年12月31日,对年应纳税所得额低于3万元(含3万元)的小微企业,其所得减按50%计入应纳税所得额,按20%的税率缴纳企业所得税。

2011年10月,财政部再发通知规

定,自2012年1月1日至2015年12月31日,对年应纳税所得额低于6万元(含6万元)的小微企业,其所得减按50%计入应纳税所得额,按20%的税率缴纳企业所得税。

据悉,此次小微企业所得税的减税,已正式提上日程。中国社科院财经战略研究院研究员杨志勇说,如果考虑到价格因素,小微企业所得税起征额提高至10万元是应该的。

国家税务总局统计显示,目前已有超过120万户小微企业申报享受该优惠政策。

再看国外,为助力小微企业发展,发达国家对其也采取了税额减免政策,如美国对新办小微企业的税收减免、对企业科研经费增长额税收抵免政策;德国对符合条件的小微企业免征营业税;法国对新建小微企业免3年所得税等等。

亏损仍需缴税

税负,对小微企业来说,一直是一个沉重的话题。近年来,经济增速放缓,税费、人工、材料成本都在挤压小微企业的利润空间。

“民营企业税负痛苦指数较高,目前全年缴纳的税费占毛利润的50%左右。”这是成都市总商会会长孙明给出的数字。

“如果不能合理避税,小微企业根本没有利润可言。即使合理避税,各种税费也占到利润的20%到30%。”从事汽车配件加工与销售的郭老板告诉记者,“不仅如此,企业即使亏损,也要缴税。”

郭老板举例说:“2011年,自己的企业遭遇重创,亏损了,招待费超标。按照相关规定,依然必须缴税。比如,规定招待费一年为3万元,但实际花了20万元,超出部分17万元,按17万元的40%的20%上



交,即需交1.36万元。”

祝林的解释是:如果企业亏损,可以不交企业所得税;但其它税要交,比如:增值税、营业税、城建税、教育费附加、印花税、房产税、土地使用税等。只要有发票开出,就得缴税。

实际上,郭老板的困难也是众多小微企业共同面临的问题。钱荒、人荒、成本高,令小微企业生存状况堪忧,其发展举步维艰,而居高不下的税费更让它们不堪重负,甚至成为压垮企业的最后一根稻草。

农业免税政策效应凸现

同样是小微企业老板,北京我爱我家蔬菜种植有限公司合伙人伍静新却很乐观。究其缘由是,产业不同,国家的纳税政策也不同,农业享有免税政策。

在中国农业博物馆,有一尊被永久收藏的“告别田赋鼎”,这是国家取消农业税

后,河北省灵寿县一位农民自费铸造捐赠的。2006年1月1日,《农业税条例》正式废止,延续了2600年的“皇粮国税”从此退出历史舞台,全国农民每年减轻负担1335亿元。

“不仅农民种地不缴纳农业税,在北京,从事有机蔬菜的企业也免交所得税。”伍静新说:《中华人民共和国企业所得税法实施条例》规定,企业从事农、林、牧、渔业项目的所得可以免征、减征企业所得税。自己的企业刚刚起步,享受国家优惠政策,估计企业发展到一定规模后,也得缴税。

伍静新认为,农业方面的免税政策激发了小微企业的创业积极性,“三农”发展将迎来黄金期。

商业观察

风靡的“小酒”能否撬动年轻人市场?

■ 本报记者 杨颖 霍玉茜

在过去一年里,白酒行业业绩严重下滑。包括五粮液、茅台等众多知名白酒企业都难逃此次“劫难”。白酒企业当真已穷途末路?为了寻找出路,年轻人成了白酒企业的涉猎目标,包括江小白、泸小二等在内的小包装“小酒”越来越多地出现在市面上。

“小酒”受追捧

2013年,对于整个白酒行业来说,无疑是“阵痛”的一年。以高端姿态示人的白酒,在这一年走过了躺着挣钱的时代,进入深度调整期。白酒企业销售数量下滑,高档白酒经销商体会更加深刻。经营高档白酒的李女士坦言,目前,日子很难过,能做的只是利用降低价格来清库存,尽量不囤货。无怪乎李女士有这样的表述,高端白酒在去年一年销售额大幅下滑,传统经营商没有太多选择。

但这些做法不能阻挡高端白酒消费下滑趋势。于是,在整个行业调整期,将目光对准中低端消费人群,成了许多白酒企业的选择,由此,今年被多数业内人士誉为“民酒年”。目前,已有一些白酒企业针对年轻消费者推出了“小酒”。

所谓“小酒”,主要形态如红星二锅头和劲酒这两大品牌主打产品的显著特点一样,体量小、价格相对便宜。当前,产出“小酒”的企业既有积极努力转型、改变的传统白酒企业,如宋河酒业、汾酒集团等,也有应运而生的新建企业。

重庆江小白公司,在2012年注册,截至目前,年销售额达5000万元。这个被誉为酒业“小米”的公司,将“小酒”概念与年轻消费群体结合在一起。其宣传语也表明了要让白酒接壤年轻人的本质:“每个吃货,都有一个勤奋的胃和一张劳模的嘴”、“吃着火锅唱着歌,喝着小白划着拳,我是文艺小青年”。业内人士认为,这些颠覆了传统白酒宣传理念的产品,

将白酒从“高大上”的位置上拉了下来,更具有年轻人的“性格”。

随着“小酒”这阵“青春之风”吹向市场,其他厂商也纷纷效仿。继“江小白”之后,宋河酒业的“嗨80”、“嗨90”,献王酒业和酒仙网共同开发的“漂流瓶”,泸州老窖的“泸小二”、“泸达人”,汾酒集团的“杏花村3号”,西凤的古酒小酒,沱牌的“沱小六”,水井坊的“小水井”,五粮液的“干一杯”,郎酒的“歪嘴郎”,双沟的“清纯时代”等“青春小酒”犹如雨后春笋,纷纷上市。

这些“小酒”的价格也相对较低,如100ml西凤古酒“小酒”价格在15元至18元,125ml装的42度“清纯时代”双沟酒价格在30元左右。这些“小酒”在包装上都非常时尚,旨在面向年轻消费市场。

和君咨询副总裁、酒水事业部总经理林枫表示,“2014年上半年各大酒企纷纷推出‘小酒’来吸引消费者,事实证明‘小酒’具有很大的消费市场,‘小酒’大战提示企业必须重视广大消费群体的真实消费诉求,没有‘小酒’的酒企在必要时也可以考虑开发‘小酒’的产品品系。”

“小酒”的困惑

事实上,“小酒”市场一直都存在,但“青春小酒”的概念并没广泛推开来。面对“小酒”掀起的热潮,90后消费者李欣表示,“白酒”这个字眼在以前被灌注了太多成人化的色彩,现在改用小瓶装虽然在一定程度上迎合了年轻消费者的需求,但是更应将创新进行到底。

对于跟风推出“小酒”的白酒企业来说,将创新进行到哪一步,目前并没有一个完整的概念。

一位白酒品牌相关负责人坦诚,现在的“小酒”,只是在品牌名称和包装上做了些许改变。但利用之前传统白酒的宣传途径和渠道能否适应“小酒”销售,还不清楚,这需要慢慢摸索。

而在谈及“小酒”产品时,一位来自北京的经销商直摇头,“新颖的包装是有新意,但假酒太多,越来越多的品牌涉及‘小酒’,市场就越鱼龙混杂。白酒企业不应只注重新颖的包装,更应该找到合适年轻人的销售渠道。”

“任何行业或事情如果只靠卖萌来博眼球的话,很难长期存活,‘小酒’也不例外。”对此,重庆江小白创始人陶石泉承认,“如果要走得长远,必须从实际出发,扎扎实实做好市场调研,真正创新,创造出符合消费者喜好的‘小酒’。”

企业聚焦

中兴通讯2013年靠营业外收入扭亏

经历了2012年的巨亏后,中兴通讯想努力在2013年交一张漂亮的成绩单,可惜其业务并未开始复苏。

2013年,中兴通讯的营业利润仍然为负,是-14.93亿元,但已较上一年有较大改善。最终的盈利,凭借高达33.21亿元的营业外收入达成,公司解释说是由于软件产品增值税退税收入增长所致。

近日,中兴通讯发布了2013年年报。报告期内,公司实现归属于上市公司股东的净利润为13.58亿元,不仅成功扭亏,净利润增速还达到了147.79%。在2012财年,中兴通讯亏损额达28.4亿元,这也是该公司上市以来第一次出现年度亏损。

上海一位不愿透露姓名的通信行业分析师表示,“中兴通讯虽然净利润翻番,但是扣除非经常性损益后的净利润不到1亿元,与此同时,营业收入继续下滑、营业利润仍然处于亏损状态。”

对于营业利润同比减亏的原因,中兴通讯表示,主要因毛利率有较大提升以及其间费用开支同比减少所致。公司一方面加强了对合同盈利能力的管控,严格控制低毛利率合同的签订,预计本年度毛利率将有所提升;另一方面加强了费用管理,提高效率,预计销售费用、管理费用及研发费用较上年同期将有明显下降。其财报显示,公司在运营商网络方面的毛利率高达37.36%,终端方面毛利达14.81%,电信软件系统、服务及其他产品方面的毛利达28.74%。

2012年,中兴通讯亏损巨大。对于亏损原因,公司曾在当年年报中明确表示,原因之一是海外扩张时,外围经济恶化带来的冲击。

为实现扭亏,2012年第三季度开始,中兴通讯开始转变发展战略。由之前的规模导向向利润导向转变,逐步撤并海外销售办事处,收缩研发产品线。海外市场将由进攻转向防御,欧洲地区的业务重点将以手机和网络扩容为主。当时,分析人士表示,短期的业务收缩有助于改善业绩,但是会压制公司中长期的增长趋势。

目前来看,2013年,国内4G投资提速,一定程度地抵消了收缩海外市场带来的影响。中兴通讯表示,随着Cloud Radio解决方案的成功商用,中兴通讯在4G产品研发的持续投入开始获得回报,特别是在国内市场,在4G产品招标中获得领先份额,国际市场有所收获并逐步进入良性循环。

“企业的利润来自于开源节流,目前中兴通讯的节流已经做到极致,未来还想进一步缩减,难度比较大。因此,关键还要看开源,也就是各项业务如何增收。”上述通信行业分析师称。

一切的希望都在4G。

东莞证券通信行业分析师杨鑫林表示,公司在国内4G招标取得先发优势,随着年底4G牌照发放,中国联通也将释放出4G投资,中兴通讯有望在4G时代占据国内市场份额头把交椅。此外,中兴通讯在2013年中国移动和中国电信LTE核心设备招标份额占比持续超市场预期,其中中国移动占比26%,中国电信占比32%。竞争对手华为占中国移动的26%,占中国电信的29%。

因此,包括杨鑫林在内的多位国内通信行业分析师都认为,公司业绩拐点已经到来,但在公司2013年业绩中,一项不易察觉的项目却需要引起注意。

(宋璇)

百度副总裁李明远将离职 出任京东CTO

据消息人士透露,百度副总裁李明远将离职,并出任京东CTO。资料显示,李明远2004年以实习生身份加入百度,担任百度贴吧首任产品经理。2007年任百度历史上第一个独立事业部—电子商务事业部总经理,负责旗下百度有啊和百付宝等业务。2011年李明远担任UC优视产品副总裁,同年11月担任移动产品部高级总监。2012年李明远升任百度移动·云事业部总经理,2013年7月晋升为百度副总裁。李明远是百度历史上最年轻的副总裁,2013年在他带领下的百度移动业务动作频繁。据消息人士透露,李明远离职后将出任京东CTO。据了解,京东CTO长期以来一直处于空缺状态。目前,百度、京东均未对此事进行评论。

李宁、安踏进军户外用品市场

近两年,李宁、安踏等国内体育品牌受困于传统运动鞋服市场不景气,相继涉足户外用品领域,谋求新的业绩增长点。有业内人士指出,无论消费者心理还是产品属性,户外用品与传统运动鞋服市场都有所不同,李宁、安踏进军户外行业这步棋是赢是输,还有待时间和市场检验。中国体育用品联合会的数据显示,2002年至2012年间,中国户外用品市场年增速超过40%,形成超百亿元的市场规模。此外,户外主要产品服装和鞋类的单价明显高于传统运动鞋服的平均水平。正是受此吸引,包括阿迪达斯、李宁、安踏、361度等在内的多家运动品牌纷纷杀入户外用品行业。据了解,户外用品市场这两年增速明显放缓,每年都会冒出一些新品牌,每年也都有一些品牌消失。

(本报综合报道)

财经动态

