

# 去年出口退税新规频发 利好企业

■ 本报记者 周东洋

退税申报期限截止之日前,申报出口退税的出口报关单、代理出口货物证明、委托出口货物证明、增值税进销货凭证仍有电子信息或凭证的内容与电子信息比对不符的,应在出口退税申报期限截止之日前,向主管税务机关报送《出口退(免)税凭证无相关电子信息申报表》,相关退税申报凭证及资料留存企业备查,不再报送。

在出口退税上调和简并方面,《关于提高机电、文化等产品出口退税率的公告》提高了部分商品的出口退税率。郭松称,《通知》自2018年9月15日起执行,把多元件集成电路、非电磁干扰滤波器、书籍、报纸等产品出口退税率提高至16%;竹刻、木扇等产品出口退税率提高至13%。;玄武岩纤维及其制品、安全别针等产品出口退税率提高至9%。

《财政部 国家税务总局关于调整部分产品出口退税率的通知》也对出口退税进行了三大调整。郭松说,第一,上调了部分商品退税率。对相纸胶卷、塑料制品、灯具等343个商品由13%提高到16%;航空器用轮胎、碳纤维、部分金属制品等

293个商品由9%提至13%;部分农产品、砖、玻璃纤维等536个商品由5%提高至10%。第二,取消豆粕出口退税,即意味着不鼓励出口,这属战略性调整,对大豆加工行业影响较大。第三,简并出口退税率及相关档位普调,除上述特殊调整外的其余出口产品的档位分别由15%、9%、5%调整为16%、10%和6%。

在出口退税分类办法调整方面,郭松称,《关于加快出口退税进度有关事项的公告》加快了出口退税进度。公告调整了出口企业管理类别评定标准,并取消管理类别年度评定次数限制,在评定标准调整后,符合一类出口企业评定标准的生产企业,可按照规定提交相关资料申请变更其管理类别,优化了出口退税企业分类管理。他强调,公告表明将全面推行无纸化退税申报,2018年12月31日前,在全国推广实施无纸化退税申报,并实现无纸化退税申报一类、二类出口企业全覆盖。另外,公告大力支持外贸新业态发展,鼓励外贸综合服务企业为中小企业代办退税,并提出主管税务机关要根据企业需求,指导外贸综合服务企业建立内部风险管

控制度,建设内部风险管控信息系统,防范代办退税业务风险。

增值税税率调整方面,“增值税小规模纳税人标准已统一,《关于统一小规模纳税人标准有关出口退(免)税问题的公告》将一般纳税人转小规模纳税人。”郭松告诉与会者,跨境电商电子商务综合试验区零售出口货物税收政策已明确,《财政部税务总局商务部海关总署关于跨境电子商务综合试验区零售出口货物税收政策的通知》提出自2018年10月1日起,对综试区电子商务出口企业出口未取得有效进货凭证的货物,同时符合一定条件的,试行增值税、消费税免税政策。

此外,在境内出口退税范围方面,“《关于完善启运港退税政策的通知》新增了长江沿线、内陆城市的启运港,完善了启运港退税政策。”郭松表示,《通知》在原有8个启运港基础上,新增泸州市泸州港、重庆市果园港、宜昌市宜昌港、张家港市永嘉港、南通市狼山港5个启运港。通知发布后,即从重庆出发运往国外的货船可由重庆果园港办理退税,节省企业通关时间,提高通关效率。



2018年,财政部、国家税务总局针对出口行业发布了多项新规,涉及简化出口退税申报流程、上调和简并出口退税率、调整出口退税分类办法、调整增值税税率等多项举措。近日,北京融通慧达电子商务有限公司咨询总监郭松在出口退税新规及热点问题研讨会上盘点了2018年度出口退税政策。

在出口退税申报流程方面,《关于出口退(免)税申报有关问题的公告》简化了出口退税申报手续。“首先,出口企业和其他单位申报出口退税时,不再进行退税预申报。主管税务机关确认申报凭证的内容与对应的管理部门电子信

息无误后方可受理出口退税申报。目前,申报流程已调整为数据录入、数据自检、疑点调整、退税申报四步。”郭松表示,其次,实行免抵退税办法的出口企业或其他单位在申报办理出口退税时,不再报送当期《增值税纳税申报表》。再次,外贸企业购进货物需分批申报退税的以及生产企业购进非自产应税消费品需分批申报消费税退税的,出口企业不再向主管税务机关填报《出口退税进货分批申报表》,由主管税务机关通过出口退税管理系统对进货凭证进行审核。最后,公告简化了无电子信息申报,出口企业或其他单位在出口

## 法律干线

### Vans“侧条纹”商标被侵权

本报讯 鞋类品牌范斯(Vans)日前对零售商Primark提起诉讼,声称Primark复制了其两款运动鞋设计。

在2018年12月递交给美国纽约一家联邦地区法院的诉状中,范斯表示,在获悉Primark从2017年夏季以来一直复制其经典的Vans Old Skool和Vans Sk8-Hi运动鞋设计,并在英国销售类似运动鞋后,范斯要求Primark停止在英国销售其相关产品,但Primark不久后在美国继续这样做,因此范斯在纽约法院提起了这起商标侵权、不正当竞争和虚假宣传诉讼。

Vans Old Skool 和 Vans Sk8-Hi

Hi是范斯两款最受欢迎的运动鞋产品。据范斯称,Primark的产品复制了其上世纪70年代启用的标志性侧面条纹设计,客户甚至在社交媒体上将Primark的运动鞋称为“假范斯”。

除此以外,范斯还对另一家企业Target提起了商标侵权和不正当竞争诉讼。范斯指出,Target于2017年推出的Wild Fable产品线中的Camella Lace Up鞋款在Target官网上只售15美元,但设计与Vans Old Skool非常相似,且售价远低于正品的60美元。范斯要求Target停止生产销售该产品。

### 贸仲委举办中英PPP争议解决热点研讨会

本报讯 日前,由中国国际经济贸易仲裁委员会PPP争议仲裁中心主办,星空法律论坛和中伦律师事务所承办的PPP风险防控暨PPP系列活动之中英PPP争议解决热点研讨会在京举办。

贸仲委秘书长王承杰表示,PPP行业在2019年的进一步整合规范下,在严格入库和再谈判的大背景下,相关争议也处在一个高发的态势。这种情况下,贸仲委召开此次专家会,一方面是通过中英专家的介绍来增进东西交流,另一方面也希望在岁初和行业专家一起展望2019年PPP争议解决的发展。

中铁建国际集团高级法务顾问李成林谈到了PPP领域立法和纠纷解决;政府立法的滞后性、模糊性制约了裁判的一致性,给纠纷解决造成了障碍;立法对当事人的保护以及将来和纠纷解决的关系;2014年修改《行政诉讼法》以后,行政机关依法不履行、未按照约定履行的变更和解释等话题。他还指出,最高法院对于行政协议的司法解释扩大了行政协议范围,从而

影响了可仲裁性。立法方面存在重叠、冲突的地方,给法律保护造成不平衡。

大成律师事务所高级合伙人徐永前提出,要从国有资产法的角度来看政府和市场、国资和民资的边界,《国有资产法》本质上就是要解决项目融资的问题,但市场化程度远远不够,导致了大量的PPP项目不成功或者退单。因此政府要对于公司法人格更加理解,理清国资和民资的界限。

中国财政科学研究院PPP研究所政策研究室主任邢晓发就PPP政策和实务话题分享了自己的看法。第一,并非所有行业都适合进行PPP项目。很多高风险的项目应该给予更高的议价,其在市场中不存在一个稳定的预期,难以衡量。第二,购买服务和特许经营的法条偏向于行政放松管制的法规,不适合PPP的发展。第三,是最低需求风险,保底条款的风险需要重新拟定。

(来源:中国国际经济贸易仲裁委员会)



近日,有知情人士透露称,欧盟竞争专员玛格莉特·维斯塔格(Margrethe Vestager)将于未来几周宣布对AdSense广告服务处以罚款。监管机构正在调查谷歌的广告合约是否不公平地制约了竞争对手。知情人士称,宣布的时间未最终确定,仍可能向后延迟。

(吕昂)

### “乐高力欧”与“乐高”构成近似商标吗?

近日,北京知识产权法院公开开庭审理了一起台山市乐高文体用品有限公司(下称台乐高文体公司)作为原告诉被告商标评审委员会、第三人乐高博士有限公司(下称乐高公司)的“乐高力欧”商标无效宣告请求行政纠纷。

“乐高力欧”商标(下称诉争商标)由台乐高文体公司于2011年7月6日提出注册申请,指定使用在第28类“玩具”等商品上。2017年4月24日,乐高公司对诉争商标提起无效宣告请求。商标评审委员会经审理后裁定诉争商标予以无效宣告,台乐高文体公司不服该裁定,诉至北京知识产权法院。

庭审中,各方当事人围绕原告“乐高力欧”商标是否与第三人“乐高”等引证商标(下称引证商标)构成类似等焦点问题发表了意见并进行了辩论。

原告台乐高文体公司诉称:诉争商标由原告独创,是在其商号及在先使用商标基础上拼合而成的。被告对第三人“乐高”商标在诉争商标申请日之前是否与其共同使用产生较高知名度及是否形成对应关系认定不清。诉争商标与第三人“乐高”商标共存多年,并未发生混淆情形。原告的注册使用不会损害第三人权益。另外,诉争商标一旦被宣告无效,原告将遭受很大损失。因此,请求撤销被诉裁定并判令被告重新作出裁定。

被告提交了答辩意见及相关证据并辩称:诉争商标“乐高力欧”完整包含引证商标“乐高”,二者构成近似商标。在诉争商标申请注册时,第三人已将中文“乐高”商

标与外文“LEGO”商标共同使用

并使之具有较高知名度,且二者形成一一对应关系。考虑到第三人“乐高”、“LEGO”均系非固定词汇,其整体独创性较强,且原告具有知晓第三人及其商标知名度的可能性。故诉争商标与引证商标并存,易使相关公众将其与第三人“乐高”商标相联系,进而导致混淆误认。因此,请求驳回原告诉讼请求。

第三人乐高公司当庭陈述意见称:同意被告意见。具体陈述如下:诉争商标与其“LEGO”商标构成近似,使用在相同、类似商品上容易使相关公众产生混淆;原告具有抢注商标的恶意,其注册行为系攀附第三人的知名度。

目前,该案仍在进一步审理中。(郑守瑛)

标与外文“LEGO”商标共同使用并使之具有较高知名度,且二者形成一一对应关系。考虑到第三人“乐高”、“LEGO”均系非固定词汇,其整体独创性较强,且原告具有知晓第三人及其商标知名度的可能性。故诉争商标与引证商标并存,易使相关公众将其与第三人“乐高”商标相联系,进而导致混淆误认。因此,请求驳回原告诉讼请求。

第三人乐高公司当庭陈述意见称:同意被告意见。具体陈述如下:诉争商标与其“LEGO”商标构成近似,使用在相同、类似商品上容易使相关公众产生混淆;原告具有抢注商标的恶意,其注册行为系攀附第三人的知名度。

目前,该案仍在进一步审理中。(郑守瑛)

### “鼓风机佩奇”热销: 蹭热点小心别侵权

本报讯 近日,随着《小猪佩奇过大年》的预告片《啥是佩奇》的迅速走红,片中爷爷为孙子自制的“鼓风机佩奇”引来大量网友的追捧。

记者注意到,目前网络上出售的“鼓风机佩奇”价格从60元至200元不等,出售此类产品的卖家都是用功率为350瓦的手摇鼓风机改造而成,但市面上不同品牌的此规格手摇鼓风机价格为20元至29元不等,被制作成“佩奇”后价格至少翻了3倍以上。

《啥是佩奇》的摄制方表示,影片中制作“佩奇”的鼓风机并不是从网上现买的,而是道具组的老师根据导演创意就地取材,当时做了两个版本,一个木质的,一个鼓风机的,后来还是觉得鼓风机效果好。

“小猪佩奇”是一部英国动画片,其商标及著作权归属“娱乐壹英国有限公司”,其中国市场授权代理为香港山成集团。

香港山成集团有关负责人表示《啥是佩奇》及电影《小猪佩奇过大年》是由阿里影业和娱乐壹公司合作的,因此影片本身并不涉及对“小猪佩奇”形象的侵权。但《啥是佩奇》中制作的“鼓风机佩奇”是导演的创意,网店上销售的所谓“同款”“原型”都是假的,仿制导演创意制作的“鼓风机佩奇”以谋利,也涉嫌侵权。接下来,集团会根据目前网店上的销售情况,汇集法务、打假等部门研究下一步措施。

北京志霖律师事务所张晓滨律师表示,这种“傍名牌”现象还是挺常见的。根据商标法的规定,未经商标注册人的许可,在同一种商品上使用与其注册商标相同的商标的;未经商标注册人的许可,在同一种商品上使用与其注册商标近似的商标,或者在类似商品上使用与其注册商标相同或者近似的商标,容易导致混淆的,均属侵犯注册商标专用权。

(王朝)

## 贸易预警

### 印度对华绝缘子启动反倾销调查

日前,印度商工部发布公告称,应印度国内企业Aditya Birla Insulators (Grasim Industries Ltd. 子公司)、Insulators and Electricals Company and Modern Insulators Ltd. 提交的联合申请,对原产于或进口自中国的绝缘子(Electrical Insulators)进行反倾销日落复审立案调查,倾销调查期为2017年4月1日至2018年9月30日(18个月),损害调查期为2014年至2015年、2015年至2016年、2016年至2017年。

2013年9月5日,应印度国内企业的联合申请,印度商工部对原产于中国的绝缘子发起反倾销立案调查。2014年7月1日,印度对原产于中国的上述涉案产品作出反倾销初裁。2015年3月4日,印度对原产于中国的上述涉案产品做出反倾销终裁。2015年4月11日,印度对原产于中国的上述涉案产品征收为期5年的反倾销税,征稅日期从2014年9月16日至2019年9月15日。

### 澳大利亚对土耳其钢筋作出反倾销初裁

近日,澳大利亚反倾销委员会发布公告称,对进口自土耳其的钢筋(Steel Reinforcing Bar)作出反倾销肯定性初裁:初步裁定进口自土耳其的涉案产品在调查期内存在倾销行为并且对澳大利亚国内产业造成了实质性损害。因此,决定自2019年1月16日起对入境澳大利亚的涉案产品以从价计征保证金作为临时反倾销税,保证金税率为4.0%。

2018年11月16日,澳大利亚反倾销委员会发布公告称,应澳大利亚企业Liberty One Steel (Newcastle) Pty Ltd提交的申请,对进口自土耳其的钢筋启动反倾销和反补贴立案调查。本案倾销调查期为2017年10月1日至2018年9月30日,损害分析期为自2014年10月1日起。

(本报综合报道)

# 构建合规体系 风险识别与评估是关键

■ 本报记者 钱颜

《中资企业海外安全风险评估报告(2018)》日前发布,报告指出,据不完全统计,2018年,中资企业在海外遭遇的各类重大安全风险事件共413例。其中,中资企业在海外遭遇合规风险事件数量明显上升,总数达到67例,在各类风险中位居第四;而由于出口管制引发的合规风险呈现急剧上升的趋势。

原中共中央对外联络部副部长周力表示,中国面临的外部环境正在发生深刻变化,国际安全方面的挑战变得日益错综复杂。我国企业在境外收购技术、参与基础设施领域建设、进行生产布局的难度和风险都加大了。

“基于国内外执法环境的要求,企业必须要进行合规管理体系的建设。”环球律师事务所合伙人周磊表示,合规管理正在逐渐成为企业的竞争力之一。企业合规能力是一种管理能力,是识别、评估、管理和控

制法律风险的实际能力。

健全合规管理体系的关键就是对合规风险进行识别及评估。周磊指出,一般来说,合规风险领域为以下种类:反腐败、反垄断、产品推广、采购招标、网络安全、数据保护、电子商务、税务、劳动用工、贸易与出口管制、环境保护、内幕交易、知识产权、国有资产、安全生产、反歧视、反洗钱、医药行业合规要求(GMP、GSP和GCP等)。企业应根据这些类别一一对照自身业务,对合规风险进行识别。在此过程中,注意聘用专业人士,将识别工具系统化、识别过程透明化。

此外,周磊建议企业熟悉正确的合规风险识别方法,按照如下评估工作步骤对合规风险进行评估。

一是进行前期筹划。制定评估风险工作方案,调配内部及外部资源,明确合规风险识别及评估的职责及分工。二是进行前期准备。准

备所需文件资料清单;根据集团实际业务情况,制定公司合规义务;准备业务部门的合规问题清单;初步制定合规风险识别分析评估工具。三是进行深入调研。梳理商业活动、业务需求、产品/服务及流程;汇总其他合规风险信息,包括举报、调查和审计等。四是进行评估报告的起草。根据调查实际情况,调整合规风险识别分析评估工具;运用合规风险识别分析评估工具评估合规风险。五是征询及评审。访谈业务负责人,搜集他们对反馈;向集团管理层汇报并征询意见;根据征询及评审结果调整报告。六是识别及评估风险、制定方案。归纳企业已知风险,发现未知风险;不容忍风险低的违规,同时让企业更专注于较高风险事项,采取更大力度的管控。对任何违规行为都应采取一定的监控和整改措施;分析风险发生的原因、评估风险等级、风险发生频率、

是否有管控措施、有效性如何等;根据评估结果,结合组织的风险偏好,制定针对性防控方案,评估防控方案对风险控制的有效性(完全杜绝或较大程度避免风险)。

《评估报告》中提供的2018年中资企业合规风险地区分布图显示,58.2%的合规风险来自欧洲,占比最高;其次则是北美和非洲,占比分别达到13.4%和11.9%。

近年来,美国政府多次采取单边行动。截至2018年8月1日,全球范围内被列入美国商务部出口管制“实体清单”的主体数量达到1013家。出口管制事件不断增多且更趋于复杂,业务模式是否与制裁名单上的公司或人员有任何潜在联系,合同是否存在与制裁相关的条款等均成为海外企业重要的风险点。

另外,2018年中资企业在税收、环保、劳工方面违规现象频

出。特别是在西班牙、意大利,华商经常因上述原因遭受重罚甚至被捕入狱。2018年1月至7月,有38个中资企业和个人因腐败欺诈等行为被世界银行列入黑名单,总数升至88个。

“在今后一定时期内,承载‘一带一路’建设重任的广大中资企业开展对外投资和经营的环境,将比以往更加复杂严峻,合规风险、地缘风险、政治风险将叠加攀升。我们必须进一步增强紧迫性和主动性,把中资企业海外投资经营面临的新挑战、压力与风险搞清楚,把工作做在前面。”周力建议企业,增加对合规管理的资金投入,包括高薪聘请专业律师、审计师、培训师等,避免存在侥幸心理;高度重视西方发达国家的一系列政策立法,包括美国《反海外腐败法》、英国《反贿赂法案》、法国《萨宾II法案》等,加强从理论到实践的系统研究。