

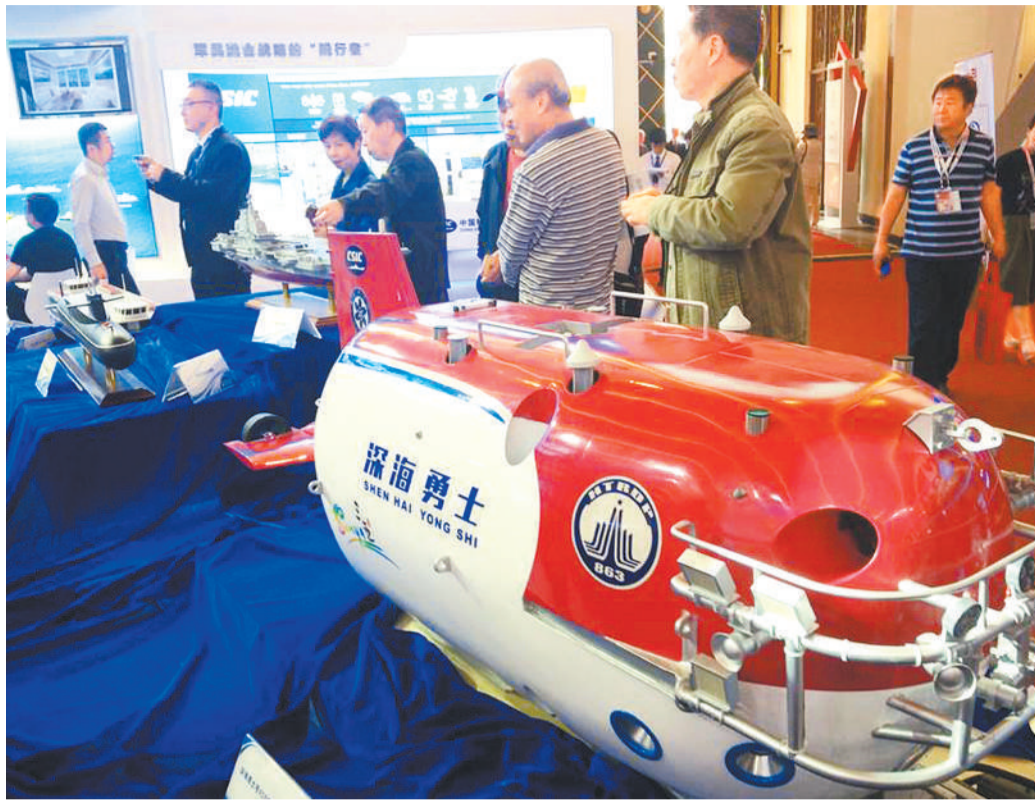
首届中国自主品牌博览会聚焦“中国品牌 世界共享”——

走中国特色品牌发展之路

经济日报·中国经济网记者 顾阳 李治国

视点
中国新闻奖专栏

首届中国自主品牌博览会5月10日在上海开幕。在现代化经济体系的基本建设框架内,推动中国品牌的发展和崛起,必须坚持创新引领,以质量为核心,以创新为动力,探索一条中国特色的品牌发展之路——



在5月10日开幕的首届中国自主品牌博览会上,一批代表世界先进水平的自主品牌产品中亮相。图为我国自主研发的4500米载人潜水器“深海勇士”号模型。

本报记者 顾阳 摄

央行重拳整治APP代查征信乱象

未经授权APP严禁接入征信系统

本报记者 李华林

使用第三方应用程序(APP)代查征信的用户注意了,部分APP可能会窃取你的个人信息。针对这一现象,中国人民银行近日下发《关于进一步加强征信信息安全管理的通知》(以下简称《通知》),加强对企业和个人征信系统运行机构和接入机构征信信息安全管理。

《通知》表示,将严格授权查询机制,未经授权严禁查询征信报告,规范内部人员和国家机关查询办理流程,严禁未经授权认可的APP接入征信系统。

APP代查征信乱象存在已久。早在今年1月份,央行征信中心就发布声明称:“近期,我们发现智能手机部分第三方应用程序(APP)可以链接到征信中心个人信用报告查询网站查询个人信用报告。特别声明,征信中心未授权任何第三方应用程序(APP)提供个人信用报告查询服务,敬请广大用户注意。”

但是,目前一些提供个人征信查询服务的APP仍在运行,这些APP号称可以“直连央行征信系统”,只要在手机上下载软件就能查询个人征信记录。在具体操作上,代查个人征信的APP会要求获取用户手机多项隐私权限,包括手机号码、访问摄像头,甚至包括读取短信和通讯记录等。通过这些涉及个人信息操作,查询到央行征信报告。

虽然APP提供的征信报告一般是真实的,但实际上APP代查征信行为并未得到授权。根据央行征信中心数据显示,目前企业和个人征信系统只是接入商业银行、农村信用社、信托公司、财务公司、汽车金融公司、小额贷款公司等各类放贷机构,从未授权任何APP提供个人信用报告查询服务。

这些APP所标榜的“直连央行”,其实只是APP通过用户提供的信息在后台去央行征信系统查询,APP只是起到了中介的作用,但用户在使用APP的过程中,至关重要的个人隐私可能已经被盗走。在一些APP用户评价中,有多人指出用手机注册后,第二天就接到各种贷款电话。

对此,5月4日,央行征信工作会议强调,以零容忍态度严肃查处征信领域违法违规行为。加快建立覆盖全社会的征信系统,积极构建互联网信用体系,合理引导市场化机构规范发展。

为进一步保护用户个人信息,根据《通知》,央行将对企业和个人征信系统的接入机构实行考核、评级管理。具体为:根据考核计分情况,人民银行及其分支机构将接入机构评为A、B、C、D四个等级。接入机构的考核评级结果作为央行征信管理工作的重要参考,探索作为衔接宏观审慎、金融稳定等其他有关政策的参考依据之一。此外,对接入机构的考核评级结果,将作为实施征信现场检查、中央银行对金融机构内部评级、对征信查询服务费用实行优惠、调整对征信系统的查询权限、确定金融机构存款保险评级结果和核定金融机构存款保险费率等的重要依据。

未经授权APP被严禁接入征信系统后,普通用户应该怎样去查询征信报告呢?根据央行征信中心公告,目前有两种正规渠道可供查询个人信用报告:第一,用户可以去所在地人民银行分支机构现场查询;第二,用户可登录征信中心官方网站申请查询。

一季度我国电影市场票房首超北美

移动端助推电影市场几何级增长

本报记者 姜天骄

最新数据显示,今年一季度,中国电影市场票房总收入达到202.17亿元,超过北美同期的28.9亿美元(约合人民币183亿元),首次成为世界第一。

业内专家指出,中国电影市场近年来飞速发展,除了观众的观影热情越来越高之外,一方面得益于相关政策引导和法律保障。2017年施行的《中华人民共和国电影产业促进法》使电影产业成为拉动内需、促进就业、推动经济增长的重要组成部分,助推了电影产业的飞速发展。另一方面,市场主体也越发充满活力。国有、民营企业公平竞争,大、中、小、微型企业各展风采,以“互联网+”为显著特征的创新力量加快融入,为整个行业注入了强劲动能。此外,电影工业体系不断完善。中国巨幕、ALPD激光放映等自主科技创新成果得到了广泛应用,“中国多维声”还音系统、芜湖影星银幕等,为电影产业的快速发展提供了强劲的技术保障。

然而,院线电影高歌猛进的背后也存在一些隐忧。比如,在银幕数量猛增的背后,许多影院的运营情况并不乐观。数据显示,虽然2017年银幕数量较前一年增长了21%,但观影人数却只增长了18%,票房增长的幅度也低于银幕数量的增长。华谊兄弟影院管理公司总部排片经理唐乐表示,“相关数据增幅未能达到预期,说明很多影院上座率都不高,银幕数量对观影人群的拉动力在降低。”他建议,不要为了票房而盲目追求银幕数量的增长,应该合理规划,未来把院线建设的着力点放在提升软件水平上,进而提升服务质量。

业内人士提出,中国电影需要开辟院线之外的观影渠道。工信部发布的2017年上半年通信行业运营数据显示,目前我国手机上网用户数已突破11亿。专家认为,如果把包括手机在内的移动设备变成电影放映的“屏幕”,那么中国的电影市场将获得几何级的增长。

目前,国内已经推出应用于移动智能终端、指向同步院线档期的电影放映APP“移动电影院”,它将直接提供公映期内的电影,并将收入计入整体票房系统,成为与传统院线相映照的“移动院线”。“移动电影院”运营主体北京云途时代影业科技有限公司负责人表示,希望在5年内为中国电影创造10亿块智能终端上的银幕,为中国电影做出增量。

本版编辑 郭存举 张 颖

备受瞩目的首届中国自主品牌博览会5月10日在上海开幕。这是我国自主品牌发展成就的一次集中展示,68家中央企业、地方政府及中介组织,600余家国内知名企业、100余家创新型中小企业悉数汇聚黄浦江畔,展现开放包容姿态,构建合作共赢关系,共推品牌强国建设。

“中国品牌的建设与发展,是构建现代化经济体系的题中要义。”中国社会科学院学部委员、品牌中国战略规划院院长汪同三在接受经济日报记者采访时表示,从国家层面推动品牌战略发展,是满足人民美好生活需要、提升供给体系质量的有效途径,也是增强经济质量优势、提高我国国际话语权的重要战略选择。下一步,要继续深化供给侧结构性改革,以品牌建设引领中国经济高质量发展。

吹响品牌发展集结号

新时代下,一场关于中国品牌的战略性布局已悄然展开——

2014年5月,习近平总书记在河南考察时强调,要“推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变”。

2016年6月,国务院办公厅印发《关于发挥品牌引领作用推动供需结构升级的意见》,进一步明晰了中国品牌战略的时间表、路线图。

2017年5月10日,国务院批准将每年的5月10日设立为“中国品牌日”,提出讲好中国品牌故事,提高自主品牌影响力和认知度,鼓励企业加强品牌培育,提供优质供给,提高中国制造“含金量”。今年的《政府工作报告》明确提出,“全面开展质量提升行动,推进国际先进

截至目前,共有24.46万户纳税人完成环保税纳税申报——

企业既算经济账又算环境账

本报记者 董碧娟

“环境保护税作为专门的绿色税种,其开征的主要目的不是为了增加财政收入,主要是为了让企业既算经济账又算环境账,使高污染、高排放企业加速绿色转型,让清洁生产的企业获得发展先机。”5月10日,国家税务总局财产和行为税司司长蔡自力在接受经济日报记者采访时表示。

今年1月1日,环境保护税法正式实施。按照税法规定,环保税是按季申报,4月1日进入环保税的首个征期。截至4月18日环保税首个纳税申报期结束,全国共有24.46万户纳税人顺利完成环保税纳税申报。剔除一些法定不需申报情形,基本实现了应申报尽申报,共计申报应纳税额66.6亿元,扣除申报减免税额22亿元后,实际应征税额44.6亿元。“因税款入库还未结束,这个数字不是最终入库结果。总体看,与去年一季度排污费相比实现了平稳增长。”税务总局财产和行为税司副司长孙群在接受记者采访时表示。

环境保护税对直接向环境排放污染物的行为征税,覆盖了大气污染物、水污染物、固体废物和噪声4类主要污染物、100多种主要污染因子。“我们也查阅了有关资料,目前来看,我们的环境保护税是世界上覆盖面广且作用直接的环境保护税。因为国外有些单行环境保护税没

水平对标达标,弘扬工匠精神,来一场中国制造的“品质革命”。

“举办中国自主品牌博览会和中国品牌发展国际论坛,是党中央、国务院综合研判全球经济发展格局变化,立足我国经济发展新常态,面向经济社会长远发展,着眼构筑中国特色品牌发展道路的一项重大战略举措。”国家发展改革委副主任林念修说。

汪同三表示,在中国经济从要素规模驱动向创新引领驱动转型的关键时期,品牌战略的地位和作用正在从辅助、支持向引领、支撑和主导升级,品牌正在与社会经济的各个维度产生激烈的碰撞和交互,成为推动经济增长与社会发展的新动能、新力量。

在当天举办的中国品牌发展国际论坛上,来自国务院有关部门负责人、品牌企业代表、地方领导及海内外智库专家等,围绕“中国品牌世界共享”的主题,就品牌发展政策环境建设、企业品牌创建、地区品牌建设、品牌发展服务等议题展开深入交流,“塑造中国自主品牌良好形象、树立品牌经济发展理念、坚定自主品牌发展信心、促进品牌强国建设”已成为全社会的共识和行动。

自主品牌彰显信心和力量

走进上海展览中心中央大厅,13家受邀央企带来的最新品牌建设成果,吸引了众多观众驻足观看。

在中国建筑股份有限公司近3米长的“一带一路”名片上,不停闪烁着的百余光点十分醒目。“这些亮点代表着我们在海外129个国家的近6000项工程。”中国建筑企业文化部部长吴琦告诉记者,截至目前,中国建筑投资建设了国

内90%以上300米以上摩天大楼、75%的重点机场和卫星发射基地、40%的城市综合管廊,约每25个中国人中就有一人使用中国建筑建造的房子。

善建摩天大楼的中国建筑,在科技创新上同样高人一筹。吴琦说,中国建筑全球首创了超高层建筑智能化顶升平台,让千米高空作业如履平地,4天一层的建设速度更是让国内外同行惊艳。近5年来,中国建筑先后获得国家科学技术奖13项、国家勘察设计奖5项、国家级工法103项、专利授权9660项,被国务院国资委授予中央企业“科技创新企业奖”。

“掌握核心技术,坚持绿色发展”,一大批绿色自主品牌正在成为中国经济高质量发展的“新动能”。河北省品牌战略促进会会长王志辉介绍,此次河北省遴选了当地20家自主品牌及创新型中小企业参展,“既是来展示成果,也是来学习交流。通过本次博览会,进一步促进企业提升品牌理念,推动更多企业迈向绿色发展”。

晨阳水漆是河北省参展企业之一,拥有亚洲最大的全水漆自动化生产线。“目前,我国工业涂料水性化程度不足一成,自主品牌市场占有率偏低,成为制约众多行业环保升级的重要因素。”晨阳水漆品牌运营中心总经理马林表示,成立20年来,晨阳水漆掌握了11项国际先进的核心技术,是行业内参与水性涂料标准制定最多的企业之一,“希望通过展会,呼吁更多企业投身到绿色发展中来,为打赢污染防治攻坚战贡献力量”。

以品牌建设引领高质量发展

“在现代市场经济条件下,品牌的内

涵有质量、创新、信誉、文化等内容,要成就品牌,一个关键因素就是要提高质量。”国家市场监督管理总局质量管理司司长黄国梁说。

在国家发改委产业协调司司长年勇看来,以新供给创造新需求,主要是引导企业注重品质、打造品牌,推动供给结构的加快升级;以新需求引领新供给,就是在需求侧加力,通过改善消费环境、培育品牌意识,使消费结构加快升级,“应该说,发挥品牌引领经济高质量发展的作用,已经在显现”。

工业和信息化部科技司副司长长沙南生认为,在引导高质量发展的道路上,要着眼于经济社会全局,把提高供给体系的质量和产业迈向全球价值链中高端作为主攻方向,打造一批特色鲜明、竞争力强、附加值高的中国品牌。同时,要呼唤和培育社会品牌意识,让“品牌”更受尊重,让自主品牌深入人心。

中国中铁集团董事长李长进从企业的角度指出,品牌建设有两个关键词:一是理念,一是自主创新,“理念是打造品牌的基础,没有自主创新就不可能有品牌。中国品牌的崛起,要打造培育一批有代表性、能够支撑高质量发展的品牌企业,以质量和创新赢得更为广泛的国际市场”。

“当然,我们还要清醒地认识到,当前中国品牌在关键核心技术等方面与发达国家依然存在较大差距。”汪同三指出,在现代化经济体系的基本建设框架内,推动中国品牌的发展和崛起,首先也是最为重要的一点,就是必须坚持创新引领,以质量为核心,以创新为动力,探索一条中国特色的品牌发展之路。

少征、不排不征”的正向减排激励机制。一方面,针对同一危害程度的污染因子,按照排放量来征税。另一方面,针对不同危害程度的污染因子,设置了差别化污染当量值,实现对高危害污染因子多征税。二是“中央底线,地方上浮”的动态税额调节机制。环境保护税法规定应税大气污染物、水污染物排放标准的上限和下限,授权省一级人民政府可以根据本地区的环境承载能力和承载能力,在上下限之间提出具体的适用税额,报同级人大常委会决定,并报全国人大常委会和国务院备案。

鼓励清洁生产、鼓励集中处理、鼓励循环利用是环保税的3个政策导向。比如,纳税人应税大气或水污染物排放浓度值低于规定标准30%的可以减按75%征税;纳税人排放浓度值低于规定标准50%的减按50%征税。

企事业单位和其他生产经营者向依法设立的污水集中处理、生活垃圾集中处理场排放应税污染物的不缴纳环境保护税。依法设立的城乡污水集中处理、生活垃圾集中处理场排放相应的应税污染物不超过国家和地方规定排放标准的,暂予免征环境保护税,鼓励集中处理和达标排放。此外,纳税人综合利用的固体废物,符合国家和地方环境保护标准的,暂予免征环境保护税。

新闻深一度

环境保护税对直接向环境排放污染物的行为征税,覆盖4类主要污染物、100多种主要污染因子

鼓励清洁生产、鼓励集中处理、鼓励循环利用是环保税的3个政策导向

有覆盖我们这么多污染物,也没有这么多污染因子。有些是对碳排放征税,不是直接的,我们是对污染物征税,所以覆盖面广、作用最直接,这进一步树立了我们的国家负责任的大国形象。”蔡自力表示。

从首个征期的情况来看,环保税起到了哪些积极效应呢?孙群举了一个例子。河北一家企业2017年投入1000万元改造废气处理设备,今年一季度该企业排放的3个主要污染因子:二氧化硫、氮氧化物和烟尘的排放量较去年同期分别下降了44.6%、26.4%和26.8%。因为排放量下降幅度较大,排放浓度低于国家和地方标准30%以上,该公司又享受了税收优惠。今年一季度缴纳环保税约28万元,较环保投入治理改造前少缴约50万元税款,1年就会节省200多

万元税款,5年左右就能收回环保投资治理成本。

从环保税首季相关数据和典型企业案例来看,环保税鼓励节能减排、引导绿色生产,促进高质量发展的改革效益已初露端倪。比如,全国主要应税大气污染物和水污染物的排放量较去年同期均呈现下降趋势,特别是二氧化硫、氮氧化物等主要大气污染物以及化学需氧量、氨氮等主要水污染物的排放量下降明显。另外,环保治理的投入力度也在增加。某地级市的统计数据显示,今年企业的环保治理投入新增了大约60多亿元,比去年同期增长16%以上。

“在制度上,环境保护税主要是通过构建两个机制来更好地发挥税收调节作用。”蔡自力介绍,一是“多排多征、少排