世界银行最新报告显示——

中国纳税时间次数明显优于全球均值

经济日报·中国经济网记者 董碧娟

视点 中国新闻奖名专栏

报告显示，中国在纳税时间及纳税次数这两项关键指标上表现尤为突出。数字化正在颠覆传统办税模式：一方面，税务机关通过网络宣传、线上互动，为纳税人提供个性化服务；另一方面，大数据信息整合亦能减轻纳税人报送信息的负担，未来税企之间通过科技和数据，将营造更为轻松、透明的税收营商环境——

11月20日，世界银行与普华永道全球在北京发布《2019年世界纳税报告》。报告显示，2017年度中国的纳税改革表现亮眼，报告中的关键指标均取得进步，尤其是中国全年纳税时间进一步缩短为142小时，同比降低31.4%，纳税次数缩短为7次，明显优于全球平均值237小时和23.8次。

是什么推动了中国税收营商环境持续改善？世界纳税领域有何新的发展趋势？经济日报·中国经济网记者采访了世界银行和普华永道相关专家。

税收数字化正不断发力

据普华永道英国税收透明度、总税收贡献主管合伙人安德鲁·派克曼介绍，《世界纳税报告》衡量了全球大部分经济体中型民营企业在过去14年中税收营商环境的变迁。世界银行负责《世界纳税报告》方法论设计，普华永道全球（包括中国）参与采集报告所涉全球190个经济体中160个经济体的涉税数据。本次报告展现的是各国2017年度的税收营商环境。

报告显示，中国在纳税时间及纳税次数这两项关键指标上表现尤为突出。世界银行全球指标私营机构发展专家乔安娜·纳斯尔介绍，纳税时间就是衡量样本公司准备、申报、缴纳3种主要类型税费所需的时间，即企业所得税、增值税，以及劳动力税费（包括个人所得税和社保、公积金）。纳税次数是指反映样本公司支付所有税费（包括增值税、个人所得税等企业扣缴的税费）的次数。若某一经济体提供全面的电子申报和税款缴纳便利，并且被大部分中等规模公司采用，即使全年的纳税申报和税款缴纳非常频繁，也将该税种的全年缴税次数合并视为一次统计。

普华永道大中华区税务部主管合伙人吴家裕表示："中国的纳税时间从2004年的832小时压缩至2017年的142小时，体现出税收数字化正在颠覆传统办税模式。一方面，税务机关通过网络宣传、线上互动，为纳税人提供个性化服务；另一方面，大数据信息整合亦能减轻纳税人报送信息的负担，我们期待未来税企之间通过科技和数据，营造更为轻松、透明的税收营商环境。"

"毋庸置疑，互联网技术也是中国税务机关能够层出不穷地打出'创新服务举措'王牌的重中之重。"普华永道中国内地及香港中国税收政策服务主管合伙人梅杞成告诉记者，如今中国纳税人不再需要多次往返奔波于办税服务厅，涉税业务"一网打尽"。

通过增值税电子普通发票、进一步扩大增值税发票取消认证的范围、优化金税3期网上申报和更正申报系统等一系列举措，大幅压缩了纳税人办理时间，提升了期后企业所得税更正申报补税/退税效率。

此外，依托增值税发票信息和税收征管系统数据库，2017年增值税纳税申报"一表集成"辅助系统开始在全国范围内逐步推广应用，将增值税一般纳税人申报表"一主表、九附表"汇总简化为一张"基础数据表"，力求让广大一般纳税人申报实现"零录入"。

中国通过税收数字化不断改善税收营商环境的举措也符合国际趋势。"科技在全球税收领域的潜在影响力不断释放，自2004年以来，全球平均纳税时间减少了84小时、全球平均纳税次数减少了10.3次，科技驱动功不可没。"安德鲁·派克曼表示。

减税降费带来诸多利好

"中国纳税次数从2004年的37次减少至2017年的7次，主要得益于'营改增'全面推行以及部分财产行为税简并申报。"梅杞成说。

对于从2013年开始试点营改增，到2018年不断推陈出新的鼓励研发、高新技术企业、小微企业政策，增值税简并税率、允许退还部分行业增值税期末留抵税额等一系列税政举措，世界银行专家认为，中国财税机关正在不断加大减税降费力度，以期激发企业活力、提高经济发展质量。

从2019年起，税务机关将统一征收社保、逐步纳入非税收入征收，通过税务机关与其他政府部门之间的协同合作，逐步扩大信息共享领域，从而进一步提升税收征管效率，减少纳税人端的信息提供负担。

虽然中国税收营商环境不断提升，但专家认为仍存在改善空间。梅杞成认为，"令人欢迎的是，中国政府已经计划尽快推出一系列更大规模的减税降费措施。同时，在改善税收制度方面，将从减轻纳税人申报负担和提升征管效率着手，旨在建立起以服务为重的新文化，全面提高税收营商环境水平。相信在不久的将来，中国税收营商环境会在《世界纳税报告》中取得更好的成绩"。

据了解，国家税务总局在深入调研并听取各方意见的基础上，日前印发了《关于实施进一步支持和服务民营经济发展若干措施的通知》，针对民营经济发展过程中遇到的税收"堵点""难点"问题，提出了"认真落实和完善政策，促进民营企业减税降负"等5个方面共26条具体措施，精准助力民营企业实现更好更快发展。

"形成税企之间互相信任、互相合作的文化是税收营商环境成功的关键要素。"梅杞成建议，在税务部门不断优化服务的同时，纳税人也必须做好自己的遵从。现在能够通过很多信息手段和途径了解最新的政策和操作方法，纳税人应该在这方面多一些投入，以改善自身的税务内控，提升税务合规能力。

全球纳税改革不断深化

"《世界纳税报告》通过比较全球190个经济体的税收营商环境，以期帮助各国和地区政府及企业了解本国税收营商环境是否与全球税收大环境的变化同步，并从他国税收营商环境实践中汲取经验。"安德鲁·派克曼说。

那么，全球纳税领域都呈现出哪些新趋势呢？世界银行专家介绍，在技术层面，技术领先经济体都在积极探索实践纳税申报表预填报，可实现机器学习的税务会计系统以及采用实时纳税申报系统，税务稽查案件在线管理，运用风险管理系统稽查选案，搭建税务稽查的绩效和监督管理框架，等等。

"2017年，世界各经济体都在通过改革让纳税更便利。"乔安娜·纳斯尔介绍，比如推出或改进电子系统，降低利润税税率，允许更多费用税前扣除，降低劳动力税和强制性收费，合并或取消某一税种，引入新的税制，简化税务合规流程或减少申报和缴税次数，改进增值税留抵退税流程，等等。

据了解，2017年有16个经济体推出或者改进了电子税务系统。其中，欧洲和中亚、东亚以及太平洋地区3项主要税种的合规时间缩短最多。

世界银行最新研究发现，培训税务官员和纳税人有助于强化税法遵从。调研显示，在157个经济体中仅35%的税务机关对税务官员提供定期培训，纳税人与税务机关交流最常见的方式为涉税裁定，其次为纳税咨询热线。世界银行专家认为，中国在涉税培训以及税收法律法规宣传解读方面富有成效。

"我们还将进一步加强税收政策宣传辅导力度，做到系统辅导与专题辅导相结合，动态编写、修订和发布《税收优惠政策汇编》及分类别的税收优惠指引，帮助包括民营企业在内的广大纳税人熟悉掌握、用足用好相关优惠政策。"国家税务总局纳税服务司司长孙玉山日前表示。

9800多个账号被依法依规全网处置，相关部门加大整治力度——

对自媒体不能放任自流

本报记者 陈 静

新闻深一度

在自媒体领域，基于流量和粉丝的病毒式传播，可以迅速将内容传递出去，但自媒体却不必为这些内容承担法律责任

整治自媒体乱象依然需要"多管齐下"，使用技术手段是打击整治违规自媒体号的重要方式

低俗"擦边球"、洗稿无下限、标题博眼球……自媒体种种"乱象"有望得到遏制。近期，中央网信办会同有关部门，针对自媒体账号存在的一系列乱象问题展开治理。前不久，相关部门已依法依规全网处置"唐纳德说""傅首尔""紫竹张先生""有束光""万能福利吧""野史秘闻""深夜视频"等9800多个自媒体账号。近日，中央网信办又依法约谈腾讯微信、新浪微博等自媒体平台，对其主体责任缺失、疏于管理、放任野蛮生长等问题提出了严重警告。

自媒体乱象为何屡禁不止？说到底还是赤裸裸的利益问题。自媒体从业者、资深互联网分析师丁道师坦言，在自媒体领域，基于流量和粉丝的病毒式传播，可以迅速将内容传递出去，但自媒体却不必为这些内容承担法律责任，"一方面，内容本身成为了盈利手段，'黑公关'和'枪稿'由此而生；另一方面，无论是广告营销，还是付费订阅，种种盈利手段都以阅读量和粉丝数作为唯一标准，这也让自媒体为了吸引关注度不惜违规"。

与传统媒体相比，自媒体违规成本相当低。中国传媒大学教授王四新认为，以侵权为例，被侵权方通常面临难以取证、维权成本高等问题。即使向平台投诉，通常结果也是"一删了之"，这些现象都让自媒体敢于"放开手脚"侵权造谣。

一位不愿透露姓名的自媒体从业者告诉经济日报记者，如今围绕自媒体内容生产的"灰色产业链"已经形成："比如刷阅读量的，刷评论的，刷点赞的，这些都是为了数据好看，也有公关公司专门找人写黑稿，科技类稿件报价按照阅读量从数千元到数万元不等，娱乐类稿件报价更高，甚至还有'黑科技'帮忙，我就遇到过推销'洗稿'工具的，它能根据关键词自动采集文章，甚至还会自动修改文章，替换近义词等。"

"魔高一尺，道高一丈"。整治自媒体乱象依然需要"多管齐下"，使用技术手段是打击整治违规自媒体号的重要方式。丁道师认为，自媒体平台应该从大数据分析、敏感词筛查、抄袭内容技术审定等方面进一步提高水平，发现问题后迅速对违规行为处置。

此外，加强监管则是另一条整治路径。中央网信办移动网络管理局副局长苏仁先表示，下一步中央网信办将统筹协调有关部门，创新管理思路，探索用新方法解决新问题。对自媒体实行分级分类管理，属地管理和全流程管理；开展自媒体专项整治活动，依法依规从严惩处违法违规账号，坚决遏制自媒体乱象，坚决维护网络正常的传播秩序，努力营造风清气正、积极向上、健康有序的网络空间。

此外，整治自媒体乱象也需资本市场保持冷静和清醒。有消息称，前段时间包括骅威文化、利欧股份、瀚叶股份等上市公司曾宣布以15亿元、23.4亿元和38亿元的"天价"收购自媒体资产，但相关部门近期对自媒体乱象的整治消息，使这些上市公司重新考虑收购计划。瀚叶股份相关负责人表示，基于产业政策发生的变化，对量子云的收购宣告中止；利欧股份负责人也表示，公司原拟收购微信自媒体内容营销公司苏州梦嘉75%股权，但"协议各方对标的公司估值存在较大差异"，最终决定终止该收购项目。在此之前，利欧股份已被深交所问询，要求披露梦嘉传媒相比同类别微信公众号营销企业的核心竞争力，以及标的公司是否具有持续盈利能力。

13:14 100%

汽车市场入冬了吗

开栏的话：在每天的生活中，我们都能看到、听到各种各样的经济数据。这些数据深刻记录了各行各业乃至宏观经济走势，蕴藏着极大的信息量。为了更好地帮助读者解读经济数据背后的信息，经济日报近期推出了《小林"侃数"》系列节目。这档节目除在抖音、快手等网络平台上发布外，即日起通过报纸与各位读者见面，敬请关注！

2017年，我国汽车产销量连续9年蝉联全球第一。其中，汽车产量2901.54万辆，同比增长3.19%；汽车销量达2887.89万辆，同比增长3.04%。小林感慨：我国汽车市场蕴藏着巨大的增长潜力，要不是因为许多城市限号限购，咱们还要啥自行车呢！

不过，事情正在起变化。今年10月份，我国汽车产量完成233.4万辆，同比下降10.1%；销量完成238万辆，同比下降11.7%；销售额为3254亿元，同比下降6.4%。而且，汽车产销数据均已连续几个月下跌。汽车消费放缓，也影响了社会消费品零售总额的总体表现。10月份，社会消费品零售总额同比增长8.6%，增速比上月回落0.6个百分点。

汽车产销数据总体上有点"冷"，是因为冬天来了？还是消费在降级？其实，对于汽车消费数据走势的短期波动，大可不必过度解读。过去17年，我国汽车保有量从1609万辆增长到2.35亿辆，平均增长率达到14.3%。这么大的总量规模，这么快的增长速度，代表的增量也十分庞大。在这个基础上，增长速度稍微变慢一点，其实很正常。另外，前期实施小排量乘用车购置税优惠政策导致部分消费需求提前释放，国际国内经济形势变化在一定程度上影响了市场预期，这些因素也对近期汽车产销形成了一定程度影响。

尽管汽车行业的下行压力在加大，但新能源汽车表现抢眼。10月份，新能源汽车产销分别完成14.6万辆和13.8万辆，比上年同期分别增长58.1%和51%。

值得注意的是，当前汽车市场有些降温，国六标准蓄势待发，汽车厂商"割肉让利"的幅度会加大。对于消费者来说，如果准备买车，现在可能是个不错的时机。

（本期主持人 林火灿）

观看视频，请扫码关注

100000+ 20635 5112

直播间

别让校园APP变了味

打热水、发学分、跑步、刷网课……安装各式各样的手机应用软件成为校园学习生活的"必修课"。据报道，近日一些高校强制学生安装这类校园APP。原本为方便师生、提高效率的信息化手段，却在实际操作中变了味。针对校园APP存在的问题，本期主持人为广大网友一一解答。

网友：消费类APP为何在校园泛滥？

主持人：上网搜索便可发现，慧校园、和校园、完美校园……各种校园类手机应用APP让人眼花缭乱。目前，全国高等学校近2900多所，各类高等教育在学总规模达到3779万人左右。虽然传统校园市场具有一定的封闭性和独立性，比如广告受限，禁止促销等。但是，随着移动互联网和智能手机的普及，如今没有哪个大学生手机里不装几个APP的，在生产开发APP的软件应用公司眼中，校园市场潜力巨大，商机无限，因此相关公司都把大学校园作为业务重点推广领域。

网友：强制大学生安装APP侵权吗？

主持人：校园APP可能存在偷盗手机流量、泄露个人隐私信息等安全风险和隐患，从法律角度已构成涉嫌违法侵权。如果是强制使用安装相关APP，从消费者权益保护法层面来看，则侵犯了大学生的自主选择权。根据法律规定，消费者享有自主选择商品或者服务的权利，消费者在自主选择商品或者服务时，有权比较、鉴别和挑选。如果这些APP中推送恶意广告，也涉嫌违反广告法。按照法律规定，利用互联网发布、发送广告，不得影响用户正常使用网络；公共场所管理者或电信业务经营者、互联网信息服务提供者对其明知或者应知的利用其场所或者信息传输、发布平台发送、发布违法广告的，应当予以制止。

网友：如何净化校园APP使用？

主持人：能够切实带来便利的APP广受大学生欢迎，但是，如果因为APP滥用干扰了正常学习生活，甚至权益受损，就应该予以制止。针对这种现象，作为消费者一方的大学生可以投诉维权，向校方反映使用中存在的问题及建议。同时，校方对于校园APP不能一刀切式机械管理，盲目追求所谓的智慧校园信息化建设。教育主管部门要加强督查，教育管理的核心要以学生为中心，以人为本。此外，市场监管等部门也应积极介入，维护学生权益。

（本期主持人 李万祥）

02:15

本版编辑 郭存举 李 瞳