

# 央地收入划分改革迈出重要一步

曾金华



这次国务院提出的三方面改革举措，最直接的效应是支持地方政府落实减税降费政策、缓解财政运行困难，从改革全局看则是进一步理顺中央与地方财政分配关系，迈出了中央与地方收入划分改革的重要一步。财税体制改革任重道远。下一步，有必要研究制定中央与地方收入划分总体方案，推进中央和地方财政关系改革，更好发挥财政在国家治理中的基础和重要支柱作用

日前，国务院印发《实施更大规模减税降费后调整中央与地方收入划分改革推进方案》，明确了保持增值税“五五分享”比例稳定等改革措施。这次改革，一方面为实施更大规模减税降费提供有力支撑，另一方面也是推进中央与地方收入划分改革的重要举措。

今年以来财政收入大幅放缓，要保障减税降费顺利实施，就必须有效弥补因大规模减税降费形成的地方财力缺口。

财税体制改革的各个部分紧密关联，甚至是牵一发而动全身。减税降费的深入实施，促使中央和地方财政关系改革显得更加紧迫。正如《方案》所指出的，“实施更大规模减税降费是应对当前经济下行压力的关键之举，调整中央与地方收入划分改革是落实减税降费政策的重要保障”。

实际上，党的十九大报告就将“建立权责清晰、财力协调、区域均衡的中央和地方财政关系”提到了财税体制改革的首位，凸显了这项改革的重要性。

中央和地方财政关系的构建，权责清晰是前提，财力协调是保障，区域均衡是方向。近年来，财政事权和支出责任划分改革、税制改革已着力推进，中央与

地方收入划分方面的改革则尚待全面启动。

为此，要通过进一步改革，形成中央与地方合理的财力格局，为各级政府履行财政事权和支出责任提供有力保障，特别是要结合财政事权和支出责任划分、税收制度改革，考虑税种属性，在保持中央和地方财力格局总体稳定的前提下，科学确定共享税中央和地方分享方式及比例，适当增加地方税种，形成科学合理的中央和地方收入划分体系。

这次国务院提出的三方面改革举措，体现了保持现有财力格局总体稳定、建立更加均衡合理的分担机制、稳步推进健全地方税体系改革的原则，最直接的效应是支持地方政府落实减税降费政策、缓解财政运行困难，从改革全局看则是进一步理顺中央与地方收入划分改革，更好发挥财政在国家治理中的基础和重要支柱作用。

革的重要一步。

《方案》明确了国务院在2016年确定的2年至3年过渡期到期后，继续保持增值税收入划分“五五分享”比例不变，进一步稳定了地方预期。调整完善增值税留抵退税分担机制，使分担机制更加公平合理。后移消费税征收环节并稳步下划地方，对消费税作出重大改革，有利于培育壮大地方税税源。同时，这些举措还需进一步制定具体实施办法，才能更好有效落地。

财税体制改革任重道远。财政部部长刘昆近日在《国务院关于今年以来预算执行情况的报告》中表示，“把稳方向、突出实效、全力攻坚，推动重大改革举措进一步落地见效”。下一步，有必要研究制定中央与地方收入划分总体方案，推进中央和地方财政关系改革，更好发挥财政在国家治理中的基础和重要支柱作用。

## “A字牌”景区不能徒有虚名

李红军

10月8日，山东省文化和旅游厅发布公告，对21家4A级景区进行处理，其中4家摘牌，2家降级，15家景区被警告责令整改处理。近几年，全国范围内被直接摘牌的A级景区不在少数，对多地A级景区形成警示，地方政府和景区也纷纷主动自查整改。

按照我国对景区的分类，目前景区分为5个等级，每个等级有不同的考核标准。既然被授予“A字牌”，就表明景区已经达到了相关标准，并非徒有虚名，应该好好珍惜才是。可在现实中，有些景区一旦被授予“A字牌”，就认为可以高枕无忧，有的管理松弛，服务质量下降，游客投诉不断；有的则商业气息渐浓，旅游功能被商业功能取代。凡此种种，皆与“A字牌”景区的要求相去甚远。在这种情况下，文旅部门果

断出手，对那些名不副实，质量严重下降的景区予以整治，顺民心，合民意，是对游客合法权益的有效维护。

景区星级越高，收费标准往往越高，当“A字牌”不再名副其实时，理应对其进行整改。这样做，一来彰显了市场经济公平交易的原则，景区服务必须名副其实，如果游客多花冤枉钱却看不到想看的景点，没有享受到应有的服务，则有失公平。二来体现了还景于民的良好初衷，既然景区不达标，那就要降星降价，让游客得到更多实惠。最近各地对4A级、5A级景区的整治提醒人们，景区一定要珍惜来之不易的“A字牌”，切莫让它轻易旁落。希望各景区引以为戒，多在管理服务上做文章，多些名副其实，少些名不副实。

## 处罚“杀熟”重在细心取证

冯海宁

近日，文化和旅游部在官网发布《在线旅游经营服务管理暂行规定（征求意见稿）》，向社会公开征求意见。《暂行规定》对虚假预定、不合理低价游、价格歧视（大数据杀熟）、信用监管等问题都做出了具体规定，违反规定将被处罚。

按照正常商业逻辑，老客户应该受到优待。但不少网购消费者反映，老客户反而容易挨宰，特别是在一些网购平台、在线旅游平台、在线酒店订房等方面，此前就报道出一些“大数据杀熟”的案例。所以，《暂行规定》把这种行为纳入管理和处罚范围，可谓顺应了民意。

不过，相关处罚规定能否落地，仍让不少人忧虑。这是因为，处罚任何违

规行为，都要有事实依据。此前某在线旅游平台面对质疑时公开否认“大数据杀熟”，其理由不是没有一点儿道理——“网友看到的价差可能是由于日期、支付方式、是否含早、取消政策、不同供应商等原因导致的不同”。

若网络平台纷纷以这些理由来辩解，其是否会受到处罚，还真的不好说。由于在线旅游平台既掌握消费者个人相关数据，又能通过技术手段分析消费者行为继而推荐信息，所以平台便于“杀熟”，而消费者维权面临取证难。这对执法部门无疑是个考验。显然，这需要进一步完善相关制度来破解取证难，为《暂行规定》落地创造有利条件。

## 推行个人破产制度需严把诚信关

史洪举

近日，浙江省温州市中级人民法院联合平阳县人民法院，通报全国首例具备个人破产实质功能和相当程序的个人债务集中清理案件情况。在该案例中，月收入4000元、资产不到5位数，却负债214万余元的某破产企业股东蔡某，在法院的积极实践下取得4位债权人的谅解，最终只需偿还3.2万余元，在18个月内一次性清偿。

个人破产，主要指作为债务人的自然人不能清偿其到期债务时，由法院依法宣告其破产，并对其财产清算和分配或者进行债务调整，对其债务进行豁免以及确定当事人在破产过程中权利义务关系的制度。通俗而言，就是被宣告破产的个人仅需偿还部分债务，部分债务可以得到豁免，进而过上正常人的生活。

现实中，有些人属于借钱不还，但更多人对欠债并无太大的主观恶意。如有人因为突发事故或不可抗拒的原因欠下大量债务且一时难以清偿。有些人为他人贷款而担保，并未获得收益，却需要代为偿还巨额债务。比如，因突发的

地震、台风导致商品房损毁，但该商品房存在尚未还清的按揭贷款，此时在债务人无其他财产的情况下，如果依然步步紧逼要求其偿还债务，显然会让债务人生存权和发展权受到极大影响，甚至可能会因前途渺茫而想不开，带来家庭惨剧。个人破产制度的推行，能够让这些人在声誉受损、生活、行为受到一定限制的情况下，债务得到一定免除，获得“从头再来”的机会。

进一步来讲，当这些人的相关债务得以免除，严格的行为限制被解除后，其反而有可能发展壮大，及时清偿债务，对债权人来说也是好事。相反，要是将其牢牢地约束起来，以致于其在各种限制下什么也干不成，其偿债能力自然大幅下降，进而带来两败俱伤的局面。

然而，不能忽视的问题是，当前我国个人信用体系尚未健全。在此背景下，不排除一些人事先恶意借贷并大肆浪费，而后通过个人破产而逃避债务的可能。如果相关制度不加以完善，相关漏洞不有效封堵，可能会诱发道德风

险，让恶意赖账者肆无忌惮，让债权人利益受损，形成“赖账得利，诚信受损”的负向激励。

所以说，推行个人破产制度，必须完善信用体系建设，严把诚信关口。具体而言，应明确债务人如实报告财产的义务，明确其未如实报告财产、欺诈、恶意逃废债务的法律后果。同时应征求债权人相关意见，明确债务人在破产后一定期限内财产达到一定数额的，仍应清偿之前的债务。

值得说明的是，此次个人破产案件，不少地方可圈可点。比如，要求债务人承诺除管理人已查明的财产情况外，无其他财产；若有不诚信行为，愿意承担法律后果，若给债权人造成损失，依法承担赔偿责任。同时，3.2万元的债务履行完毕之日起6年内，若其家庭年收入超过12万元，超过部分的50%将用于清偿全体债权人未受清偿的债务，且该方案经过了债权人一致认同。这些细节的处理，值得其他地方在推行该制度时参考借鉴。



目前，很多城市都面临“停车难”问题。解决“停车难”，既要通过规划建设新增停车位，也要充分利用存量车位。错时共享停车就是利用存量车位解决“停车难”的一个重要思路。

对于错时共享停车，很多人持支持态度，说明其有着广泛的民意基础，有关方面可在制定指导政策时，探索对停车设施供给方实施奖励机制，对车位使用者实施约束机制。只有奖励供给方，才能促使闲置车位供应；只有约束使用者，才能防止车位被滥用。

不过，什么样的奖励措施才能打动停车设施供给方，是一个需要深入研究的问题。如果奖励力度不够，有的供给方就没有积极性提供闲置车位；如果奖励政策优厚，奖励成本由财政负担，财力压力会比较大；可如果由车位使用者承担，共享停车价格会不低。所以，制定奖励机制需要平衡相关方利益，争取共赢。同时，约束车位使用者也需要详细的管理机制，包括车位使用者哪些行为应该受约束，不受约束的使用者又该怎么处罚，也需要深入研究。比如，能否把信用管理思维引入约束机制中就值得思考。假如车位使用者违反约束机制，不妨在停车机会、停车价格等方面进行适当干预，就可以起到倒逼作用。

需要指出的是，对于拥有停车设施的企业和个人，奖励机制如果力度合理，必然有显著效果。不过，对于拥有停车设施的机关单位、事业单位等，有的奖励措施未必效果明显，因为有的单位更在乎安全秩序方面的问题。

此外，实现错时共享停车还需要完善的共享平台，因为共享的关键是解决供需双方信息不对称的问题，唯有共享平台才能解决车位供需双方信息不对称。此前，无论是共享单车还是共享汽车，都是平台在发挥关键作用，共享停车位也应该借鉴这一思路。从实践看，市场化运作的部分共享单车平台，在押金、停车位数量等方面存在一些问题。如果停车共享平台由政府部门具体运作，一方面能够避免一些问题，另一方面运作成本如何分担、能否保证效率，仍有待观察。所以说，这都需要在实践中继续探索。



王忠宏  
国务院发展研究中心研究员

## 推进数字化在制造业领域应用

近年来，我们日益感到新一轮工业革命加快到来，形势逼人，不进则退。要适应制造业“数字化、网络化、智能化、绿色化、服务化、平台化、集群化”等7个方面趋势，借助于信息网络和大数据、云计算、3D打印、智能机器人、人工智能、能源互联网等技术，推进数字化在制造业领域的应用，发展工业互联网，促进生产系统智能化，坚持绿色发展，使整个产品生命周期对环境影响和资源消耗大大减少。积极发展服务型制造，通过研发、营销和信息等平台实现消费需求与生产供给对接；抓住5G发展机会，加强信息基础设施建设；在培育发展新兴产业的同时，高度重视传统产业转型升级。

李万赋  
融360大数据研究院高级金融分析师

## 房贷利率上行趋势或将延续

自10月8日起，新发放的商业性个人住房贷款利率以最近一个月相应期限的贷款市场报价利率（LPR）为定价基准加点形成。LPR报价水平和频率对房贷利率的干扰不会太大。从前两期LPR的报价水平来看，5年期的LPR变化频率可能会远低于1年期LPR，大概率会保持一个中短期的稳定。在信贷额度紧张和严控房市的背景下，房贷利率上行趋势或将延续。而且，随着LPR房贷新政逐渐铺开，之前面临新政上涨压力但尚未调整的银行可能会在短期内有新的动作，也会进一步带来所在城市房贷水平的进一步上涨。

黄大智  
苏宁金融研究院高级研究员

## 保险行业不应单纯打价格战

低缴费甚至零缴费保险更多的是作为保险公司的客户引流方式。车险的价格战有很多因素。一方面，产品同质化、缺乏其他的竞争方式，除了以价格战占领市场，别无他法。另一方面，我国在过去一段时间，汽车行业一直保持较快的增长，行业新增的市场使更多险企进入该市场，竞争更加激烈。但健康险的保险对象是人，其需求更加多样化，在增值服务、产品配置、后续服务等各方面都能够有更多、更可行的服务，不同人群的需求也会不同，低价的健康险并不会吸引整个健康险的需求人群。

欢迎读者就热点经济话题发表评论、漫画，来稿请发至：mzjjgc@163.com

本版编辑 马洪超 徐达



个人破产，主要指作为债务人的自然人不能清偿其到期债务时，由法院依法宣告其破产，并对其财产清算和分配或者进行债务调整，对其债务进行豁免以及确定当事人在破产过程中权利义务关系的制度。当前我国个人信用体系尚未健全。推行个人破产制度，必须完善信用体系建设，严把诚信关口。



落 地 难

10月1日，《云南省老年人权益保障条例》正式实施。其中规定，老年人住院治疗期间，其子女的用人单位应当支持护理照料，给予独生子女每年累计20天、非独生子女每年累计10天的护理时间，护理期间享受与正常工作期间相同的工资待遇。目前，已有10多个省份推出了子女带薪护理生病老人政策。但记者调查发现，由于缺乏执行细则、硬约束不够等，一些地方子女带薪护理生病老人政策难以落地，现实中不少人遭遇护理时间难申请的尴尬。各地出台带薪护理生病老人政策顺应了老龄化社会的需求，是文明进步的体现。专家建议，一方面要在全国更多地方推行；另一方面要推动已出台的政策落到实处，不断完善配套法律法规，监督用人单位的执行情况。

（时 钧）

王忠宏  
国务院发展研究中心研究员

## 房贷利率上行趋势或将延续

自10月8日起，新发放的商业性个人住房贷款利率以最近一个月相应期限的贷款市场报价利率（LPR）为定价基准加点形成。LPR报价水平和频率对房贷利率的干扰不会太大。从前两期LPR的报价水平来看，5年期的LPR变化频率可能会远低于1年期LPR，大概率会保持一个中短期的稳定。在信贷额度紧张和严控房市的背景下，房贷利率上行趋势或将延续。而且，随着LPR房贷新政逐渐铺开，之前面临新政上涨压力但尚未调整的银行可能会在短期内有新的动作，也会进一步带来所在城市房贷水平的进一步上涨。

李万赋  
融360大数据研究院高级金融分析师

## 保险行业不应单纯打价格战

低缴费甚至零缴费保险更多的是作为保险公司的客户引流方式。车险的价格战有很多因素。一方面，产品同质化、缺乏其他的竞争方式，除了以价格战占领市场，别无他法。另一方面，我国在过去一段时间，汽车行业一直保持较快的增长，行业新增的市场使更多险企进入该市场，竞争更加激烈。但健康险的保险对象是人，其需求更加多样化，在增值服务、产品配置、后续服务等各方面都能够有更多、更可行的服务，不同人群的需求也会不同，低价的健康险并不会吸引整个健康险的需求人群。

欢迎读者就热点经济话题发表评论、漫画，来稿请发至：mzjjgc@163.com

本版编辑 马洪超 徐达

错时共享停车仍需各方合力探索

张海英