

重罚乐视网就算“靴子落地”吗

财金视野

自2007年至2016年连续10年财务造假的乐视网，终于受到严厉处罚。根据中国证监会官方网站最新发布的行政处罚决定书，因财务造假、欺诈发行等违法行为，乐视网及其实际控制人贾跃亭近日共计被罚款约5亿元，贾跃亭等人被终身证券市场禁入。

这样一则A股历史上前所未有的上市公司造假和欺诈案，几乎囊括了各种造假行为，不但令投资者蒙受巨大损失，而且极大损害了资本市场赖以生存的诚信基石，证券监管部门重罚乐视网及实控人贾跃亭等人无可厚非，但仅对乐视网和贾跃亭一方做出惩罚还远远不够，要根据现阶段实际与各方形成合力严把资本市场“入口关”。

这10年里，对乐视网的财务造假“毫无察觉”，其确切的造假总额至今仍不清楚，相关中介机构特别是财会审计机构恐怕难辞其咎；在新股发行核准制下，“带病”上市的乐视网是如何成功闯过层层把关和监

证券监管部门重罚乐视网及实控人贾跃亭等人无可厚非，但仅对乐视网和贾跃亭一方做出惩罚还远远不够。这也给证券监管部门提了个醒，即便是在注册制下，有证券交易所和中介机构把关，也不能完全放松警惕，要根据现阶段实际与各方形成合力严把资本市场“入口关”。

督的？此前欺诈发行的金亚科技、欣泰电气等公司的部分相关责任人已被判刑，关于贾跃亭的惩罚是否该到此为止？仅有行政处罚的话，能不能震慑后来的造假者？在以信息披露监管为核心、由交易所严格履行审核把关的注册制下，少了证监会发审委，如何更有效地保证新股质量和上市公司的质量？这些问题不仅是预防财务造假的问题，而且关系到资本市场改革发展全局，值得进一步深究。

更棘手的难题来自股民。截至2020年9月30日，乐视网股东户数仍有近19万户，他们中很可能有在乐视网股价高位时买入者，在经历了贾跃亭远走海外、乐视网退

市、IPO造假、再融资造假等一系列事件后，这些股民的损失该如何赔偿？

重罚乐视网不是案件的终点，尚有一系列难题待解，一些教训值得好好总结。行政处罚不应被视为“靴子落地”或例行走过场，也不应让相关涉事方有“松口气”的感觉。对财务造假和欺诈发行既要治标更要治本，任何人不该轻视金融监管部门提高上市公司信息披露质量的决心，特别是各类资本市场的主体要上好“风险教育课”“诚信经营课”“诉讼赔偿课”，在乐视网这面“镜子”前，多照照不足，常正衣冠，勤治未病。

当务之急应尽快将行政处罚书执行到位，不能因为贾跃亭迟迟不回国，就让投资者有

“处罚书约等于废纸”的困惑。若确有必要追究刑事责任、寻求国际协助的情况，应抓紧启动相关程序。对于可能牵涉造假的资产评估机构、律师事务所、证券公司等中介机构，不管是蓄意还是失职，应一查到底，绝不手软。

乐视网案也给证券监管部门提了个醒，即便是在注册制下，有证券交易所和中介机构把关，也不能完全放松警惕，要根据现阶段实际与各方形成合力严把资本市场“入口关”。既要为提高上市公司质量营造诚信环境，又要加快解决资本市场违法成本过低问题，推动行政、司法等各部门协同作战，让上市公司不敢、不能、不愿参与造假；那些已经被财务造假坑害的投资者，在行政处罚落地之后，应尽快在新证券法的框架下，积极借鉴国内外民事损害赔偿经验，主动拿起法律武器，在投资者保护基金等途径的帮助下，多渠道争取赔偿。

周琳

健全地方税体系势在必行

于长革

近日，国务院新闻办公室举行新闻发布会，由财政部有关负责人介绍贯彻落实“十四五”规划纲要、加快建立现代财税体制有关情况，其中任务之一就是加快健全地方税体系。

健全地方税体系，既是理顺政府间财政分配关系、进一步完善现代税收制度的必然要求，也是缓解地方财政收支矛盾、提高“三保”能力和治理效能的现实需要，是大势所趋、势在必行。

1994年分税制改革的主要侧重点，是在理顺中央与地方财政分配关系的基础上，提高中央财政集中度，将税基大、税源充裕的主要税种划分给中央，同时税收立法权和管理权限高度集中于中央。随着分税制的运行实践，地方税体系建设方面逐步暴露出一些矛盾和问题，其中之一是地方税种收入规模小、税源零星分散，缺乏具有稳定收入来源的主体税种，对中央财政转移支付的依赖程度不断提高。营改增之后，随着营业税这一约占地方财政收入30%的主体税种的消失，加之持续减税降费政策导致的减收效应逐步显现，地方财政收入增速不断下降，而“三保”等刚性支出增加，地方财政收支矛盾日益显现。这进一步凸显了加快健全地方税体系的必要性。

为了缓解地方特别是基层的财政收支矛盾，2019年10月，国务院出台了《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》。在现阶段地方没有主体税种的情形下，该方案有助于保障地方政府的税收收入、稳定地方税收预期，但从中长期来看仍属权宜之计，治本之策唯有靠加快健全地方税体系。

在当前新冠肺炎疫情防控常态化、国内外经济形势复杂多变的背景下，需要加快实施有利于“六稳”“六保”工作的政策措施，相关政策均需要地方政府去落地实施。因此，激发地方的积极性至关重要。否则，地方政府特别是基层政府在财政入不敷出的背景下，地方积极性的有效调动将受到制约，不仅一系列政策措施难以落到实处，而且保基本民生、保工资、保运转也将直接受到影响。有鉴于此，“十四五”时期，要按照党中央、国务院统一部署，积极推进中央与地方政府间财政关系改革和税收制度改革，加快健全地方税体系，并争取尽快实现重大突破。

首先，应赋予地方政府一定的税收管理权限。在中央统一立法和税种开征权的前提下，通过立法授权，适当扩大省级税收管理权限，授权省级根据本地经济社会发展实际和需要，依法确定地方具体税率、税收优惠政策等事项。这样，地方政府可以根据自身承担的事权与支出责任，并结合本地区实际开辟税源，筹集适量的财政收入，用于履行自身职责，实现责与权的平衡和统一。

其次，要着力打造地方税主体税种，加强税基建设。一是按照“立法先行、充分授权、分步推进”的原则，积极稳妥推进房产税立法，认真总结上海、重庆试点经验，整合目前房地产开发、流转、保有环节各类收费和税收，统筹推进房产税制度改革。二是进一步推进资源税改革，在全面实施从价计征方式的基础上，逐步扩大资源税征收范围。三是按照中央与地方收入划分改革方案，结合消费税立法统筹推进消费税改革，扩大对“高耗能、高污染、资源性产品”以及高档消费品和消费行为的征收范围，将征收环节由生产环节后移至批发或零售环节，并逐步下划地方，补充地方财政收入来源。

再次，结合健全直接税体系，调整所得税分享比例。进一步完善综合与分类相结合的个人所得税制度，积极推进个人所得税改革修法，适时将资本所得纳入综合所得范围，适度扩大专项附加扣除范围与标准，优化税率结构，更有效地体现高收入者多纳税原则。在此基础上，可考虑将个人所得税与企业所得税中央和地方的分享比例调整完善，适当提高地方分享部分，以充实地方财力。

（作者系中国财政科学研究院研究员）

洞见

补贴错时共享停车位可行

胡建兵

为缓解“停车难”问题，北京市海淀区今年将加大对错时共享停车的激励力度，停车管理企业向周边居民提供错时共享停车位后，可申请每个错时共享停车位每月150元的补贴，降低居民停车费用，提高停车场的积极性。

“停车难”并非仅仅是因为车位短缺，还与车位没有得到充分利用有一定关系。白天小区居民上班，停车位空荡荡，但到了下班回家时，却难以找到停车位；机关、企业白天上班，单位院子里车辆停得满满的，但晚上下班后，停车位又空出来了。从这个角度看，共享停车位有利于提高资源配置效率，既使停车位资源得到高效充分利用，又能够满足各方

面的实际需求，可谓一举多得。尽管如此，共享停车在一些地方推行得并不是很顺畅。这是因为，这种错时共享停车模式会增加外来人员和车辆进入小区或机关企事业单位的频次，增加安全隐患，小区或机关企事业单位也会增加管理成本。北京海淀区的做法充分考虑了相关实际，更利于共享停车从理念转为现实。

当然，在给予共享车位适当补助的同时，也应该增加对使用者的约束，明确在共享停车过程中发生车辆损坏、被盗、到点不走等问题的责任归属，明确各方责任与权利，尽可能地在车位共享过程中减少摩擦和纠纷。

小家电仅有颜值比还不够

周慧虹

办公桌上小巧的加湿器、厨房里吸晴的煮茶器、客厅里别致的小音箱……如今，具有高“颜值比”的各种小家电，正受到越来越多消费者青睐。

此类小家电由于体积小、功能创新，加之价格往往不高，较好地把握住了市场商机，既为相关家电生产企业拓宽发展路径赢得良机，也给消费者的生活增添了便利与趣味。数据显示，2020年厨房小家电11个品类零售额566.3亿元，其中线上零售额占据一半以上，同比提升9.4%。小家电的走红顺应了当下“懒人经济”“单身经济”等趋势，给家电市场吹进一缕新风，一定程度上刺激了消费需求。

但是，小家电的生产经营也存在种种问题。比如，有的小家电只是“看上去很美”，操作使用多有不便；有的小

家电在营销过程中涉嫌虚假宣传；还有的存在产品质量问题等。凡此种种，令消费者合法权益受到不同程度损害。

小家电不仅要实用，更要好用；不仅要讲求“颜值比”，更须追求性价比。唯有如此，方能满足消费者需求，得到更多人信赖，使小家电行业可持续发展。小家电生产企业应树立品牌意识，摒弃急功近利的经营观念，在注重产品创意的基础上，严把生产质量关，尽可能让消费者买得放心、用得舒心。同时，有关部门也应加大对小家电生产营销行为的监管力度，进一步完善小家电产品质量标准体系，有针对性地发布消费安全提示，并围绕小家电的产品质量、营销与售后服务等，探索更为有效的问题处理机制，维护好消费者的合法权益。



朱慧卿作(新华社发)

别让“名校”成工具

近期，一些地方在土地出让之前，以附近将建“名校”的名义来吸引地产商和购房者，以助土地转让或招商引资等。这种用名校“学区房”来抬升土地、楼盘价格的做法，虽然能增加地方土地转让收入，带来房地产市场短期繁荣，但如果缺乏配套的产业支撑，一旦“名校”光环褪去，剩下的就是难卖的楼盘和贬值的房产，最后吃亏的还是普通购房者。地方政府和有关部门应把精力放在发展实体经济上，并加大义务教育投入力度，努力促进教育公平和楼市平稳健康发展。

（时锋）

老字号“名利双收”不是没可能

冯其予

杨东日(中国电子信息产业发展研究院中小企业研究所所长)

激活中小企业创新发展动能

我国经济正处在转变发展方式、优化经济结构、转换增长动力的攻关期，要将支持中小企业发展放在突出位置。要进一步激活中小企业创新发展动能，加快推动产业结构优化升级，鼓励中小企业加大研发投入，提升自主创新能力；推

动创新资源向中小企业开放，促进科技成果向中小企业转移转化；引导行业龙头企业搭建资源能力和共享平台，推动大中小企业融通创新。此外，激发市场主体活力也需要良好的外部环境与资金支持，构建多层次政策保障体系。

梁彦(国家粮食和物资储备局副局长)

时刻绷紧粮食安全这根弦

我国粮食生产已实现“十七连丰”，人均粮食占有量470公斤以上，远远高出国际400公斤的平均水平。储备上，我国粮食库存数量充足，稻谷、小麦库存量能满足一年以上市场消费需求。但从中长期看，我国粮食供求

仍将处于一种紧平衡态势，特别是面对复杂的国际形势、持续增长的国内需求、地缺水少人多的国情，以及种粮比较效益低、自然灾害多发和结构性矛盾比较突出等风险隐患，国家粮食安全这根弦一刻也不能放松。

近来，有两条关于老字号的消息值得关注。一条是“狗不理”在北京最后一家门店日前停业。尽管狗不理集团向外界解释这只是结构调整，但依然引发关注和热议。另一条是，商务部对1128家中华老字号企业2019年经营情况的调查显示，84%的企业处于盈利状态，1%的企业收支相对平衡，年营业收入达到5000万元以上占比接近50%。中华老字号企业总体利润率达到2.7%，半数企业利润率超过6%。

这两条新闻放在一起，恰好折射出许多老字号企业面临的局面。一方面，我国消费市场逐渐克服新冠肺炎疫情的不利影响，在国家多措并举促进消费的背景下，人气持续回升，需求加快释放，老字号企业的发展迎来重大机遇。另一方面，一些老字号企业在消费需求、消费模式更加多样化的今天，面临产品结构老化且单一、体制转变缓慢、经营理念落后、品牌建设滞后等一系列问题，举步维艰甚至难以维系的情况时有发生。

老字号能不能跟上时代的步伐，在新时期讲出“名利双收”的新故事呢？这不是件容易的事情，却并非不可完成的任务。

首先，老字号拥有品牌优势，在做精做强、发展壮大方面具有独特优势。老字号所传承的独特产品、精湛技艺和经营理念，具有不可估量的品牌价

值、经济价值和文化价值，它们承载着优秀的中华民族文化，是新时期开展诚信兴商、弘扬商业文明的核心内涵和宝贵财富。通过老字号传承和发展信誉好、质量优的产品和服务，是扩大消费、满足居民消费需求、培育自主品牌的有效途径。

其次，突如其来的疫情倒逼老字号在加快改革方面做出了有关探索。去年新冠肺炎疫情发生后，社区消费快速兴起，很多老字号积极加入其中。为了化解疫情带来的经营困局，很多餐饮老字号纷纷出招化“危”为“机”：有的企业积极开发半成品菜肴，有的专门建立社区微信群，开发小程序，推出社区团购业务，深耕社区这块似小实大的市场，还有的企业紧盯外地游客，杜绝“一锤子买卖”，“让游客来过还惦记”这事变得重要起来。在相关探索中，一大批老字

号市场竞争力增强，品牌影响力明显提升，整体呈现良好发展势头。

此外，近年来保护和促进老字号发展的政策不断出台，有力推动了老字号传统特色技艺和文化的继承发展，也提高了全社会对老字号振兴发展的重视程度。日前，商务部决定组织开展2021年“老字号嘉年华”系列活动。这项活动围绕“国潮国货 品质生活”主题，聚焦传统节日、重点活动、重要展会三大节点，助力老字号讲出新故事、拥抱新机遇、焕发新活力。

“老字号”和“嘉年华”，这两个词语的搭配组合，能看到老字号变化的决心，也能看到老字号发展的机遇。相信在不久的将来，更多的老字号能更好地满足人民日益增长的美好生活需要，讲出新精彩的“名利双收”新故事。