

未雨绸缪应对“全球最低企业税率”

上周末G7财长宣布达成全球最低企业税率为15%的共识。G7这次计划设定的最低企业税率红线,美其名曰是结束各国的低税率竞争,为企业创造公平竞争环境,实际上是华盛顿阻止企业将业务转移到海外,弥补拜登总统试图提高国内企业税率可能带给美国的损失。

对中国香港的跨国企业而言,如果这一共识得以落地,短期来说,香港会受益。香港一向以低税率出名,现在实施两级利得税率:有限公司首个200万港币利润的利得税率为8.25%,其后利润则按16.5%征税。后者比G7设定的全球最低企业税率15%只相差1.5个百分点,对香港影响有限。如果香港特区政府能够采取以税收优惠等办法弥补这1.5个百分点的差距,以此鼓励跨国企业继续留在香港,并吸引新的跨国企业来香港投资,那么香港在短期内甚至可能受益。

因为部分欧美国家跨国企业或将被

迫向更低税率地区,例如税率为零的巴拿马、英属维尔京群岛,10%的直布罗陀和卡塔尔,以及12.5%的爱尔兰和塞浦路斯,调走资金及经营活动,但又不想回到美国本土(利得税率达21%到28%)的话,它们有可能前往香港“暂避风头”。

事实上,拜登最初提议将全球最低企业税率定为21%,但为避免过大争议,并尽快敲定,G7才妥协为15%的最低税率。这一机制一旦确立,随着疫后G7各成员国逐步加税,全球最低企业税率不排除可能会有相应提高。如果每次增加1个百分点,只要加两次,就会超过香港目前16.5%的利得税率。

而且,现在香港的跨国企业仍选择留在香港,香港对它们必然具有难以替代的吸引力,例如这些跨国企业是将香港作为进入中国内地的门户。同样道理,它们日后也未必会因为其他地方的税率可能低于香港,就选择离开。

总之,香港特区政府需要未雨绸缪,提前制定各类税收优惠以外的优惠政策,并广而告之,吸引跨国企业落地香港,将之作为世界总部或地区总部。

需要注意的是,G7的这一决定如果最终实施,将具有长臂管辖的性质。跨国企业如果在“非G7”国家或地区享受低于15%的企业税率,美国政府有权向该企业追缴其中差额。因此,最可能落入追税境地的跨国企业大致有两种:一是至今仍将利润配置于境外避税天堂,如以开曼群岛、英属维尔京群岛、萨摩亚等地作为企业总部的跨国企业;二是在中国内地、东南亚设厂投资,在当地享受大幅税收优惠的跨国企业。它们也可能在全球最低企业税率法令通过后,被要求补缴至国际标准。如果要继续吸引这些跨国企业在中国内地投资,可能要考虑提供更多的优惠政策。

中国内地和香港地区的跨国企业可以利用业务调整来避免全球最低企业税率

的实施。根据G7如今所言,设定的全球最低企业税率只针对对边利润10%以上的盈利。以电商巨头亚马逊为例。亚马逊一向不追求利润的最大化,而是将利润再投资以壮大市场占有率。它在2020年的利润率仅为6.3%,低于征税门槛。亚马逊过去20年的扩张及股价走势,已经证明投资者也接受这种将发展置于盈利之上的经营模式。所以,如果没有其他严格限制,中国内地、香港地区的跨国企业未来或可调整业务,将亏钱的业务与盈利的分支做对冲,以避免达到边际利润超过10%。

第二种做法是,中国内地、香港地区的跨国企业可以把资金用于科研,或者收购亏损但有发展前景的中小型企业,类似微软收购Nuance那样,既可以扩大公司规模,也会少交一些税。跨国企业如果有这种做法,中国内地和香港地区的税务部门未来可能出现税收减少的情况,这值得关注。(据《环球时报》)

快评 别成为行骗者的“道具”

国家发改委官方微博微信公众号近日发布了粤港澳大湾区建设领导小组办公室的一则声明,主要是提醒社会公众:有人以“周智均”名义,冒充粤港澳大湾区建设领导小组办公室负责人,据媒体报道,“周智均”至少以7个身份头衔参加社会、行业活动。有关协会发布公告,否认“周智均”相关身份的合法性。

点评:

能被国家发改委如此“点名”,这个“周智均”及其所作所为,即便还没有造成现实中的严重危害,至少其虚构的身份可能欺骗了不少人,这才使得相关部门发出紧急声明。从声明内容来看,其套路并不算新,无非是以国家重点工作为名,假冒权威身份打擦边球牟利。

然而,一个响亮的名头并不足以让骗术成功,要想“弄假成真”就必须让人们相信行骗者的“权威身份”,在这方面一些正规单位有意无意成为了“道具”。从媒体相关报道来看,这个“周智均”在某著名百科上有专属词条和标准照,这显然会误导不少人的判断。此外,一些主流的商业网站甚至是媒体网站也刊登过“周智均”有关活动,这更增加了“周智均”身份的“可信度”。相信这些网站不可能明知其行骗而为其宣传,但从效果来看,的确是被利用了。(据《法治日报》)

“共享奶奶”传递双向温暖

最近,重庆“空巢老人变成共享奶奶”的话题受到关注。在社区工作人员组织下,一些空巢老人接20多个小学生放学,和大学生志愿者一起陪小朋友学习玩耍,成为孩子们的“共享奶奶”。据相关报道,“共享奶奶”社会公益项目始于2019年,此前成都市某街道也开展过类似活动。

虽然都称作共享,“共享奶奶”明显比其他共享经济项目多了一抹别样温情。原本没有血缘关系的老人和小朋友组合在一起,孩子们亲切地称呼老人一声奶奶,老人像对待自己孙辈那样帮忙照顾孩子,不禁让人想起孟子那句名言,“老吾老,以及人之老;幼吾幼,以及人之幼”。透过老人的热心与家长的信任,能够看到邻里之间难得的深厚情谊。老人与孩子的相互陪伴,更是一种双向温暖。

双向的温暖陪伴解决双方的实际需求。在许多双职工家庭中,双方老人不方便帮忙照顾小孩,家长们在忙工作和接送照顾孩子之间左支右绌。现在孩子有了“共享奶奶”陪伴,不仅放学后的安全有保障,而且有人督促完成作业,还能够从与老人以及同龄人的交往中获得类同亲情的情感归属。反过来,很多老人退休后觉得无事可做,子女又不常在身边,容易感到寂寞空虚。有

了小朋友的陪伴,“共享奶奶”生活更有动力,在发挥余热的时候,也可以填补自己的情感需求。每天花点时间看起来是小事,却能一举多得发挥大作用。

“共享奶奶”项目为解决现实问题提供了值得借鉴的思路。随着我国人口年龄结构变化,双职工育儿、空巢老人养老都是近年来备受关注的社会议题,给人们带来普遍困扰,容易引发其他社会问题,并且很难自上而下采取统一措施来化解。在此情况下,不妨充分调动社会力量,通过人与人之间的联结,让人们相互温暖给予彼此更多支持,从而关照到社会各个角落。同时,这种做法还有助于浸润社会成员的精神世界,营造守望相助、和谐有爱的社会氛围。让更多人感受到来自他人、来自社会的温暖,鼓励人们在别人有需要时伸出援手。当然,这个过程离不开组织与协调,社区服务中心主动为“共享奶奶”项目牵线搭桥、提供场地的做法值得肯定。还有网友担心“共享奶奶”群体年龄偏大,不一定能照顾好小朋友,这时大学生志愿者就起到了补充作用。

没有人是一座孤岛。探索解决社会问题,除了宏大的决策部署,还可以更多地发挥个体的作用,让温暖在社会生活中相互传递,汇聚成一片爱心之海。(据《南方日报》)

保持稳定

农业农村部数据显示,通过对全国500个县集贸市场和采集点的监测,6月份第1周,全国猪肉平均价格为29.45元/公斤,比前一周下降4.7%,同比下降36%。

记者走访多家超市、便利店发现,熟食、火腿肠、香肠等猪肉制品价格没有随着此轮肉价下跌而下调。对此,部分商户、企业表示,主要是出于分摊前期成本、保持终端价格稳定等方面的考虑。

新华社发

法律援助立法为社会公平正义撑腰

日前,法律援助法草案提请全国人大常委会会议二审,标志着法律援助立法工作迈出重要一步。法律援助作为公共法律服务的重要组成部分,彰显法治的人情味。此次提请审议的法律援助法草案二审稿,增加“确认劳动关系”“生态破坏损害赔偿”等申请事项,强化对英烈人格权益以及见义勇为等情形的法律援助保障力度,既从社会公众的现实需求出发,把更多有需求的群体纳入援助范围,又体现出鲜明的价值取向,让法律成为公序良俗的强大后盾。

点评:

法律援助虽然是一项无偿服务,但与当事人的合法权益息息相关。免费的代理律师能否尽心办案?指派的辩护人够不够专业?对这些顾虑,法律援助法草案着力提升质量监管,要求相关机构制定质量标准、开展质量考核和监督,并及时查处相关投诉,从制度上要求法律援助机构、承办律师等提升服务质量,让每一起法律援助案件经得起法律和时间的检验。

人民群众的法治获得感,来源于生活中看得见、摸得着的公平正义。法律援助工作,一头连着民心,一头连着国情。有理由相信,当法律援助的相关规定和经验成果上升为法律制度后,这项公益事业的“筋骨”将越来越壮、“作风”将越来越实,“境界”将越来越广,为推进全面依法治国不断夯实信任之基。(据《光明日报》)

网红餐厅当自重

据报道,北京市日前启动以网红餐厅、美食城、连锁餐厅为重点的“随机查餐厅”行动以来,有3家网红餐厅被责令停业。

点评:

这3家网红餐厅之所以被责令停业,是因为存在不容忽视的问题:有的擅自更改布局,取消了专间仍进行冷食类制售,在第三方订餐平台公示的食品经营许可证与现场不一致;有的粗加工间不能正常使用,档口在洗碗池内洗菜,烤肉拌饭档口成品存放没有防污染设施,冷食类制售没有专间,牛肉拉面档口在没有专间情况下加工含豆制品的凉菜;有的擅自改变布局,缺少肉菜粗加工间,部分半成品来源为餐饮门店,半成品包装没有制作时间和使用期限。

这些存在问题的网红餐厅销售的食品有多安全呢?看来,并非所有的网红餐厅都能经得起检验。这3家被发现问题网红餐厅被查处纯属咎由自取,即便日后整改恢复营业,也可能因透支了消费者信任而让生意大打折扣。

餐饮服务单位的后厨环境卫生、进货查验、人员健康管理、餐饮具清洗消毒等涉及食品安全的关键环节,都和广大消费者的切身利益息息相关,直接关系到每一个用餐者的生命安全。所以,对包括网红餐厅在内的餐饮服务单位都要加强日常监督,坚决堵塞漏洞、防患未然。(据《北京青年报》)

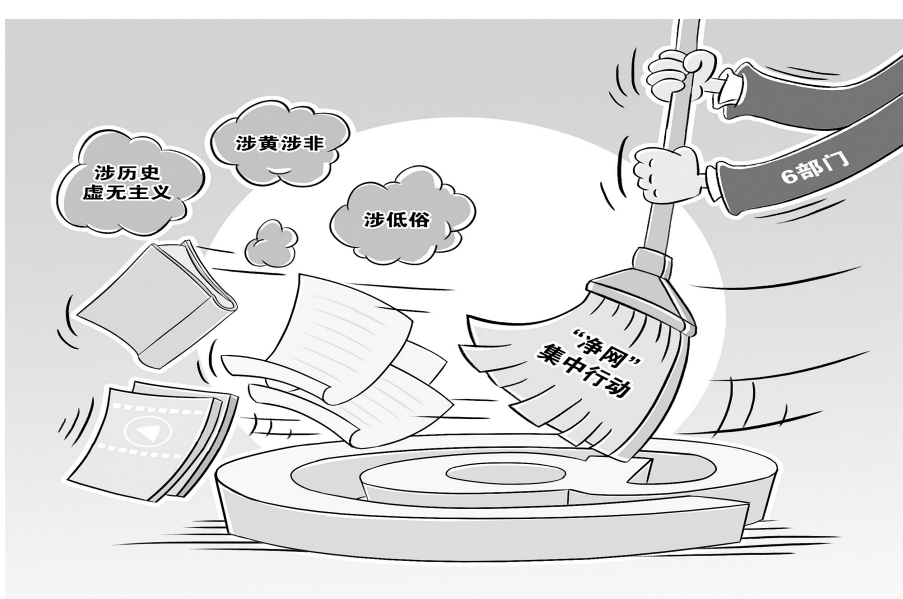
“蛋壳头盔”何以“碎碎平安”

近日,媒体的一则报道再度让电动自行车头盔的质量问题引起社会关注。报道指出,市场监管总局组织开展风险监测,采样60批次电动自行车头盔。结果发现,有46批次不符合相关标准要求,不符合率达76%;其中20批次无缓冲层结构头盖存在严重安全风险,在发生碰撞事故时,难以有效保护骑手头部。现实中,“蛋壳头盔”的危害已经显现。在一些电动自行车事故中,骑手之所以伤情较重,就是因为佩戴的头盔仅由一层塑料外壳、塑料骨架和束带构成,缺少了起关键作用的缓冲层内衬。

从超速、违章问题,到频敲警钟的爆炸燃烧事故,再到屡被提及的“蛋壳头盔”,电动自行车的安全问题正越来越受重视。目前,我国电动自行车保有量约3亿辆,且年销量超过3000万辆;另一方面也与治理水平的升级有关,越来越多的地方通过对电动自行车加强安全管理,来发挥其满足公众出行需求的“正作用”,预防超速、违章、违规充电等“副作用”。如针对电动自行车存在的火灾隐患,上海、海南等地专门立法,采取“疏堵结合”的措施来加以规范。

除了“疏堵结合”之外,治理电动自行车还应注意运用整体性思维,将之置于社会治理的大背景之下,将之作为一个整体来通盘考虑,而不是“头痛医头脚痛医脚”。其一,要全面覆盖。对于电动自行车,有专家提出要完善相关标准,还有专家则提出在总结地方立法经验的基础上尽快在国家层面进行立法。其二,要同步推进。电动自行车治理的不少环节是相互关联的,如“一盔一带”守护行动和头盔质量安全的强化管理等,如果一个环节的治理跟不上,就可能影响到其他环节的治理效果。

总之,治理“蛋壳头盔”,不能仅停留于提高头盔质量之上,而要将之置于整体治理的大框架之下,全面为电动自行车加上“安全锁”。(据《广州日报》)



合力整治

近日,全国“扫黄打非”工作小组作出安排,中央宣传部、中央网信办、工业和信息化部、公安部、文化和旅游部、国家广播电视总局即日起在国庆节前,开展“净网”集中行动,专项整治网上有害信息和不良内容。

新华社发

“三公”经费做减法 助力民生福祉做加法

受国务院委托,财政部部长刘昆6月7日向十三届全国人大常委会第二十九次会议作2020年中央决算的报告。根据报告,2020年中央本级“三公”经费财政拨款支出合计29.86亿元,比预算数减少25.31亿元。主要是中央部门落实过紧日子要求,厉行节约,以及客观因素导致部分公务活动减少。

政府“过紧日子”,是为了让百姓“过好日子”。习近平总书记强调:“党和政府带头过紧日子,目的是为老百姓过好日子,这是我们党的宗旨和性质所决定的。”坚持勤俭办一切事业,不该花的资金决不乱花、不能浪费的物质决不浪费,是科学使用财政资金的理性选择,也是改进作风的有力体现。中国特色社会主义进入新时代,我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾,必须将有限的资金用在事关人民福祉的急事大事难

事上,政府“过紧日子”更具有重大现实意义。

去年国务院《政府工作报告》要求,各级政府必须真正过紧日子。回望过去一年,党政机关坚持过、带头过紧日子,把更多资金用在支持高质量发展和民生事业上,让有限财力发挥了最大的社会效益、民生效益,真正做到了用“紧日子”换取“好日子”,用“三公”经费做减法助力民生福祉做加法。

政府部门过紧日子,是优化财政支出结构、保障民生支出的重要举措。过紧日子为首要之举,就是压缩政府开支,走节俭型政府之路。习近平总书记深刻指出:“不论我们国家发展到什么水平,不论人民生活改善到什么地步,艰苦奋斗、勤俭节约的思想永远不能丢。”改革开放以来,我们的“家底”越来越厚,人民生活条件越来越好,但走向富裕决不是奢侈浪费的理由。党政机关和党员干部、公职人

员,理应在反对讲排场比阔气、抵制享乐主义和奢靡之风上走在前、做表率。

党的十八大以来,贯彻执行中央八项规定,厉行节约、反对浪费,习近平总书记率先垂范、亲力亲为,中央政治局同志以身作则、模范带头,中央和国家机关坚持过紧日子、精打细算,为全党树立了榜样,引领全社会形成了崇清尚俭、厉行节约的良好风尚。

为了做到“过紧日子”,近年来各级政府部门持续推进部门预算改革,用“量入为出”这个硬杠杠,推动财政资金聚力增效,促进管理部门提高行政效能。各地政府部门想方设法“省吃俭用”,如有的地方深化推进“公物仓”管理机制改革,将行政事业单位超标配置、低效运转或长期闲置的资产调入“线上”与“线下”相结合,“公物仓”集中管理、调剂使用,“能调不租、能租不买”;有的地方明确,未列入年度计划的会议和培训一律不予列支,能在

省内举办的培训不得到省外举办……

不该花的钱一分也不花,每一分钱都要花到最需要的地方,每一分钱都要花得清清楚楚明明白白,让每一分钱花出最好的经济效益和社会效果。这些好的思路 and 做法,一方面推动政府部门节俭裕民,把财富蛋糕更多地切给民生领域,另一方面也促进各级政府部门精打细算、“过紧日子”。可以说,花钱必问效、无效必问责,已成为国家治理体系和治理能力现代化建设的重要成果。

2020年中央决算反映的“三公”经费做减法成效再次表明,政府“过紧日子”不是短期的应对措施,而需要成为一种常态。牢牢树立过紧日子思想,不折不扣地执行中央要求,让财政资金更好地满足百姓需求,政府的“紧日子”才能为百姓赢得更多“好日子”,更大程度地提升百姓的获得感、幸福感、安全感。

(据《北京青年报》)

无底线营销不能止于道歉

因用马拉松事故选手照片打广告,一儿童内衣品牌被骂上热搜。面对质疑,涉事商家下架海报并道歉,承诺“杜绝类似事件再次发生”。

点评:

一桩令无数人痛心的事故,却被拿来当作营销广告,如此突破基本道德底线,又怎能赢得消费者认可?类似无底线营销并不鲜见,一些品牌营销为了博取关注度,热衷于有违公序良俗的“抖机灵”,营销上的急功近利加上互联网的“眼球效应”,让一些企业在道德边缘疯狂试探。这些企业未必不知营销手段低俗,但他们信奉的是“骂名也是名”“黑红也是红”,只要曝光度够了,销量就有可能提升。这样的乱象值得警惕。

民法典在多个条文中规定,民事主体从事民事活动不得违背公序良俗。企业通过低俗广告进行营销,不仅可能触犯相关法规,从商业角度看也是一种短视行为。低俗广告短期内或可带来流量,但对企业形象、美誉度则是一种巨大伤害。想靠低俗广告吸引消费者注意力,赚到的流量越多,社会评价也就越低。

对击穿底线的低俗广告,必须坚决依法依规惩处,提高无良商家的违法违规成本,彻底打破靠低俗广告“博出位”、仅仅道歉就没事的幻想,维护健康的市场秩序。(据《湖北日报》)