

越是政策受益者越应是合规经营者

税务部门首次披露“新三样”领域2起偷骗税案件

国家税务总局18日对外发布“新三样”(电动汽车、锂电池、光伏产品)领域2起偷骗税案件,这是税务部门首次披露该领域的违法案件。此举旨在警示任何试图以偷骗税损害税收公平、破坏市场秩序的违法行为都将受到严惩。

“少数‘新三样’领域经营主体在本身缴税就较少,的情况下,仍违规骗享税费优惠甚至肆意偷税骗税。”国家税务总局相关部门负责人说,“这既违背了税费优惠激励创新发展的初衷,又破坏了法治公平的税收环境,还助长了‘内卷式’竞争,加剧产能过剩,破坏全国统一大市场建设。” □新华

非法谋得的税惠资金 用于降价搞“内卷式”竞争

从披露的案例看,有的企业将非直接从事研发工作的人员工资费用纳入研发支出进行申报,违规享受研发费用加计扣除税费优惠。有的则是骗税团伙通过操控多家新能

源企业,虚开发票并虚构生产加工假象,将不能退税的产品,以可退税的“新三样”产品名义出口,骗取国家出口退税款。

目前,税务部门对涉及违规享受研发费用加计扣除税费优惠的企业,依法作出追缴税费、罚款的处理处罚决定,并依法加收滞纳金。另一起案件已经当地法院审理并作出判决,相关违法人员受到了法律的惩处。

近年来,国家部署实施了一系列减税降费的优惠政策,为包括“新三样”领域的企业在内的广大经营主体带来了实实在在的减税红利。2021年至今年上半年,全国累计新增减税降费9.9万亿元,预计到今年年底将达到10.5万亿元,年均新增减税降费超2万亿元。聚焦科技创新和先进制造业发展的优惠政策,新增减税降费3.6万亿元,占比达到36.7%。增值税发票数据显示,2021年至2024年,新能源车、光伏设备、锂电池的销售收入年均增长37.6%。今年上半年,“新三样”产品出口增长12.7%。

产业越是火热,越要守住底线。“国家的优惠政策是为了让企业有更多资金投

入研发、提升品质,而不是让企业利用优惠政策偷骗税款将税收成本外部化。”中国政法大学财税法研究中心主任施正文说,“‘新三样’作为国家重点支持的新兴产业,更应守住法律边界,将精力放在技术创新与市场开拓上,而非在税收合规上打歪主意。”

将非法谋得的税惠资金用于降低价格,搞“内卷式”竞争,在施正文看来,这种“税收成本外部化”损害了合法合规经营企业的权益,破坏了行业发展生态,扭曲了市场机制,扰乱了公平竞争秩序。

享受税费优惠 必须以合法合规为前提

法治是最好的营商环境。吉林财经大学税务学院院长张巍表示,税务部门依法查处“新三样”领域的偷骗税等违法行为,有利于营造法治公平的税收环境,保障市场规则统一,让“新三样”行业健康成长,提升产业整体竞争力,也有利于遏制“内

卷式”竞争,实现资源优化配置,更好服务高效规范、公平竞争、充分开放的全国统一大市场建设。

享受税费优惠必须以合法合规为前提。“十四五”期间,全国税务部门累计查处骗取和违规享受税费优惠案件2.18万起,查补税款269亿元。严肃查处骗享税费优惠等违法行为,就是要让国家的税收优惠政策“红利”流向真正专注于技术创新、品质提升的企业。

值得注意的是,面对当前部分领域的“内卷式”竞争,行业盈利能力减弱、不择手段的税务成本外部化等问题,专家认为,构建更加科学、可持续的政策体系也是一条有效路径。

中国人民大学教授朱青表示,有些领域规范优化优惠政策需要作出调整,可以依据产业发展阶段、技术进步情况及成本变化等因素,适时对财政补贴标准和范围予以调整优化,规范税收优惠政策,推动行业从“政策驱动”向“创新驱动”转型,实现高质量发展。

前7个月国家铁路发送货物比增3.3%

本报讯 记者18日从国家铁路集团有限公司(简称“国铁集团”)获悉,今年1至7月,国家铁路累计发送货物23.31亿吨,日均装车18.33万车,同比分别增长3.3%、4.1%。

国铁集团货运部负责人介绍,铁路部门大力发展物流总包服务,推动大宗货物运输“公转铁”,今年前7个月累计签订物流总包合同运量12.75亿吨。铁路部门与航运企业持续深化合作,铁路95306平台上线60条多式联运“一单制”产品线路,今年前7个月国家铁路累计发送铁水联运集装箱货物976万标箱,同比增长17.1%。

上述负责人还提到,前7个月跨境货物运输稳定畅通。1至7月,中欧班列保持稳定开行,中亚班列累计开行8526列,同比增长23.2%,中老铁路累计发送跨境货物344.1万吨,同比增长6.4%,有力促进了国际经贸往来。 (中新)

业界人士谈中国零售业创新发展: 数字化、个性化、国际化

本报讯 以“创新引领·融合发展”为主题的2025年中国零售业高质量发展大会17日在江西南昌举行,与会业界人士围绕零售业高质量发展的新机遇与新路径进行研讨。

当前,中国零售业处于变革关键期,科技创新加速重塑零售业态。全球服务贸易联盟理事长姜增伟表示,人工智能、大数据、物联网等新技术与零售场景深度融合,推动零售行业新模式、新业态不断涌现。要鼓励企业加大AI算法、区块链溯源等投入,推动全链路数据互通、智能预测与柔性生产。

中国商业股份制企业经济联合会名誉会长谢怀清认为,线上线下融合的新零售模式逐渐成为主流。要加快数字化转型步伐,加强商业模式创新,培育零售行业新模式、新业态。

新形势下,消费者对购物的便捷性、个性化、体验性提出了更高要求。商务部流通业发展司原副司长吴国华认为,独特、沉浸式、社交化的购物体验,成为吸引消费者到店和建立品牌忠诚度的关键差异化因素。

在经济全球化的浪潮中,我国零售业的国际化进程正逐步推进。姜增伟表示,要对标《全面与进步跨太平洋伙伴关系协定》(CPTPP)和《数字经济伙伴关系协定》(DEPA)等国际高标准制度规则,推动跨境电商综合试验区与海外仓联动发展,培育更多具有国际竞争力的零售品牌及服务标准,让中国零售方案惠及全球消费者。 (中新)

完成“夏日Citywalk”挑战 人形机器人 “走向”户外场景

本报讯 扛过白天超35℃的高温,挺过夜间弱光环境,全程无人遥控干预……18日8时20分许,在上海市浦东新区一座园区内,智元远程A2人形机器人完成了一场持续24小时的“夏日Citywalk”。

上海首家人形机器人量产企业——智元创新(上海)科技有限公司方面表示,这是全球首次全尺寸人形机器人24小时户外行走挑战,核心目标是验证人形机器人技术实用化的关键能力:自主行走稳定性、环境适应性及硬件可靠性。

业内专家表示,想让人形机器人进入多场景工作,仍有诸多技术“痛点”需突破。上海交通大学自动化与感知学院副院长魏飞明指出,全尺寸人形机器人在户外场景的适配性就是行业难点之一。

而在刚刚结束的“夏日Citywalk”挑战中,人形机器人需应对柏油、砖石等多种材质的路面,沿途还有锥桶、减速带等障碍。魏飞明表示,完成挑战的远征A2在步态算法、环境建模上的突破,尤其是多传感器融合应对光照变化的技术,标志着中国人形机器人已完成从实验室走向真实场景的关键一步。

目前,人形机器人在已展厅讲解、4S店接待等场景落地。在同济大学电子与信息工程学院教授印真看来,在未来3到5年,涉及人类与人形机器人协同进行精密作业的场景,将成为行业下一步的竞赛焦点。 (中新)

询价启事

我社印务中心拟采购一款特种纸(超感纸)70令,欢迎具备相关资质的厂商,于2025年8月22日17:00之前,前往泉州经济技术开发区崇宏街465号泉州晚报社印务中心大楼三楼办公室报名及索取询价文件。

联系电话:28052807 叶先生

28052816 许先生

泉州晚报社

2025年8月19日

年轻人流行租“三金”结婚 婚庆黄金租赁走热

“面子留父母,里子给自己” 一场婚礼省10万元

“现在谁还戴那种大龙凤金镯子?买一套下来,大半年工资没了不说,还有贬值的风险。”90后广东新娘张依(化名)的话道出了不少新人的心态。

张依向记者透露,她近期在婚礼上展示和佩戴的整套黄金饰品均是租赁的,120克饰品租7天仅花约3000元。“既体面又省钱,一场婚礼下来,比买传统三金省下10万元。”张依称,原本其先生准备的10万元婚庆黄金预算,被她全部换成了投资金条,仅用几千元租来黄金饰品应对婚礼当天的展示需求。

黄金作为婚嫁传统元素,承载着财富象征与婚姻期许,但高企的金价正削弱其“必买”属性。2025年8月数据显示,深圳水贝黄金饰品售价约780元/克,而主流品牌金饰挂牌价多在千元左右,一套50克的传统龙凤手镯价格轻易突破5万元。这种价格压力下,租赁的性价比愈发凸显。

消费者的选择也呈现分化。有人为规避“露馅”风险选择租赁真金,也有人选择进一步降低成本而“真假混带”。今年6月结婚的李虹(化名)就是后者,她租的80克足金饰品租金不到2500元,还搭配了300多元的假金凤钗应对家庭传统压力,最终比原预算节省8万元。“面子给了父母,里子留给自己,挺划算的。”李虹表示。

这种消费转向在社交平台已形成热潮。在小红书APP上,“租三金”相关讨论热度持续攀升,评论区满是“实用主义胜利”“新时代婚礼智慧”的认可声。

市场也在快速响应这一变化。不少珠宝商开始主推10克以下的轻量款黄金饰品,既能满足低预算消费者的购买需求,也适配租赁市场对“易佩戴、低损耗”的要求。

从买金到租金,是实用主义对仪式感的重新定义。

8月以来,国际金价一度回落至每盎司3360美元下方,但其年内涨幅接近30%,国内主流品牌金饰价格也维持在千元/克左右的高位,消费者多持观望态度。

与金饰消费遇冷形成鲜明对比的是,黄金租赁正悄然兴起。相较买一克近千元的成本,租一克黄金仅需30元左右,加之租期灵活与款式更换方便的优势,让“租三金”成为年轻人婚庆新选择。有珠宝商向记者表示,“五一”以来其订单同比增长近40%,客群中95后占比超七成。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜也指出,租赁平台顺势推出的轻套餐,正好切中年轻人“低门槛、多款式、拍照发圈”的需求。与奢侈品包袋租赁类似,如果供应链周转足够快,折旧损耗可控,租赁费可长期保持“买价3%~5%/天”的性价比,有可能沉淀一批“戴新不买旧”的黏性用户。

背后暗藏多重风险 主流品牌未入局

今年以来,周大福、老凤祥等主流品牌黄金首饰价格长期维持在千元/克左右,消费者购买意愿降温。中国黄金协会最新发布数据显示,2025年上半年我国黄金首饰消费量199.826吨,同比下降26%。

不过,黄金租赁市场却逆势升温。“今年以来,租赁订单同比增长近40%,热门款式档期得提前一个月订。”东莞黄金饰品租赁商朱侠(化名)向记者透露,

当前租赁用户中95后占比超七成,年轻人对“轻资产”消费模式的接受度显著提升。

记者通过线下走访和社交平台梳理发现,这一趋势催生多种商业模式创新,部分平台推出“租后买断”机制,用户可根据金价波动灵活决定是否购买;中小型珠宝商主打“三金”“五金”租赁套餐,50克足金首饰租3天的租金约1500元,还含清洗消毒服务,成为不少新人的“婚礼解决方案”。

从费用模式看,租赁多按“克重+天数”计费。租期7天内,租金25~38元/克,100克黄金租7天需2500~3800元;押金则按当日金价全额收取,例如80克首饰押金约6.4万元(以800元/克计),归还后扣除租金返还。

不过,主流品牌对此仍持观望态度。“黄金饰品价值高、易损耗,一旦损坏或丢失,责任难界定,风险太大。”某大型黄金饰品店负责人向记者直言。这一顾

虑并非个例,目前周大福、老凤祥等暂未涉足租赁业务,而中小型商家和线上平台成为市场主力。

繁荣背后暗藏隐忧。有业内人士向记者指出,黄金饰品租赁纠纷集中在几个方面,如商家以“轻微划痕”克扣押金、用“金包银”冒充足金、二手平台卖家资质审核不严等。闲鱼等非专业平台上,曾出现用户租到镀金饰品却难维权的案例,凸显行业规范缺失。

此外,从婚庆“三金”到日常配饰,租赁模式能否长期留住用户,还是仅作为金价高位的过渡方案,有待验证。

盘古智库高级研究员江瀚指出,黄金饰品租赁商若要实现可持续发展,企业需要在服务链上进行突破,如提供更加灵活的租赁期限、更多样化的款式选择以及更便捷的换款服务。此外,企业还可以探索新的商业模式,如结合线上线下渠道,提供定制化租赁服务,以满足不同消费者的需求。 (时财)

乐园游暑期走热 激发消费新活力

本报讯 今年暑期,各类主题乐园成为热门打卡地,不仅带动门票收入的增长,还拉动周边住宿、餐饮等相关产业消费,乐园产业正在释放更大发展活力。

上海乐高乐园自7月5日开园以来,已累计举办了近1700场演出,其中,角色见面会950余场,氛围演出超600场,剧场表演超百场,火爆程度可见一斑。

今年暑期,各地主题乐园凭借丰富多样的游乐项目、独特的IP魅力和沉浸式体验,成为人们出游的主要目的地。

“方特恐龙泼水节”在四川自贡方特恐龙王国开启,打造集清凉嬉水、泼水狂欢、现场互动于一体的夏日玩水盛宴;湖北襄阳华侨城奇幻谷的“奇梦城堡光影秀”加入烟花表演,为游客带来7D全息投影与璀璨烟花交融共舞的沉浸体验;郑州银基动物王国的“夏日激爽水派对”,每天的泼水狂欢,让游客畅享清凉野趣。

中国主题公园研究院数据显示,主题公园每1元的收入能够带动城市3.8元的收入,从而拉动上下游产业6元至15元的收入。

记者从多个平台获悉,截至7月4日,上海金山区作为乐高乐园所在地,



7月5日,上海乐高乐园正式开园,成为全新文旅地标。(CFP 供图)

今年暑期的酒店预订量比去年增长3.5倍,民宿预订量同比增长6倍,外地旅客酒店预订占比超七成。最新统计数据

显示,2025年暑期前两周,哈尔滨极地公园门票订单增长114%,波塞冬沙滩水世界门票订单增长51%,旅拍订单同比增长超过80%,推动哈尔滨文旅消费同比增长19%。