

国务院印发《打赢蓝天保卫战三年行动计划》

热点关注

新华社北京7月3日电 经李克强总理签批,国务院日前印发《打赢蓝天保卫战三年行动计划》(以下简称《行动计划》),明确了大气污染防治工作的总体思路、基本目标、主要任务和保障措施,提出了打赢蓝天保卫战的时间表和路线图。

《行动计划》指出,要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,认真落实党中央、国务院决策部署和全国生态环境保护大会要求,坚持新发展理念,坚持全民共治、源头防治、标本兼治,以京津冀及周边地区、长三角地区、汾渭平原等区域为重点,持续开展大气污染防治行动,综合运用经济、法律、技术和必要的行政手段,统筹推进、系统谋划、精准施策,坚决打赢蓝天保卫战,实现环境效益、经济效益和社会效益多赢。

《行动计划》提出六方面任务措施,并明确量化指标和完成时限。一是调整优化产业结构,推进产业绿色发展。优化产业布局,严控“两高”行业产能,强化“散乱污”企业综合整治,深化工业污染治理,大力培育绿色环保产业。二是加快调整能源结构,构建清洁低碳高效能源体系。有效推进北方地区清洁取暖,重点区域继续实施煤炭消费总量控制,开展燃煤锅炉综合整治,提高能源利用效率,加快发展清洁能源和新能源。三是积极调整运输结构,发展绿色交通体系。大幅提升铁路货运比例,加快车船结构升级,加快油品质量升级,强化移动源污染防治。四是优化调整用地结构,推进面源污染治理。实施防风固沙绿化工程,推进露天矿山综合整治,加强扬尘综合治理,加强秸秆综合利用和氨排放控制。五是实施重大专项行动,大幅降低污染物排放。开展重点区域秋冬季攻坚行动,打好柴油货车污染治理攻坚战,开展工业炉窑治理专项行动,实施挥发性有机物专项整治。六是强化区域联防联控,有效应对重污染天气。建立完善区域大气污染防治协作机制,加强重污染天气应急联动,夯实应急减排措施。

《行动计划》提出,经过3年努力,大幅减少主要大气污染物排放总量,协同减少温室气体排放,进一步明显降低细颗粒物(PM_{2.5})浓度,明显减少重污染天数,明显改善环境空气质量,明显增强人民的蓝天幸福感。到2020年,二氧化硫、氮氧化物排放总量分别比2015年下降15%以上;PM_{2.5}未达标地级及以上城市浓度比2015年下降18%以上,地级及以上城市空气质量优良天数比率达到80%,重度及以上污染天数比率比2015年下降25%以上。

褒奖诚信 惩戒失信 我国持续优化税收营商环境

新华社记者 郁琼源

税务总局稽查局巡视员李国成4日在专题新闻发布会上表示,2018年上半年,国家税务总局将税收违法“黑名单”公布及推动联合惩戒作为贯彻党的十九大精神、深化“放管服”改革、优化营商环境的重要内容,取得了显著的工作进展。

从今年二季度开始,税务总局定期举办“褒奖诚信 惩戒失信”专题新闻发布会,适时通报税务系统加强内部协调、部门合作,助推社会信用体系建设向纵深开展的做法和成效,营造依法诚信纳税的良好社会氛围。

“黑名单”公布力度加大引入纳税信用修复机制

李国成说,自2014年10月公布第一批“黑名单”以来,各级税务机关累计公布“黑名单”案件达到10340件。其中,2018年1至6月,各级税务机关公布“黑名单”案件2781件,比去年同期增长80%。其中,偷税案件497件,占比18%;虚开增值税专用发票案件2050件,占比74%;骗取出口退税等案件234件,占比8%。

税务总局组织各省税务部门对“黑名单”当事人惩戒情况认真开展自查和督导检查,依法依规对“黑名单”当事人采取更加严格的发票管理、出口退税审核和高频次税收检查等措施。据统计,截至2018年6月,各级税务机关共对“黑名单”当事人实施惩戒15080户次,如对直接责任人注册登记的其他企业信用降为D级554户次;严格控制发票领用6170户次;提高税收检查频次3500户次等。

税务总局积极参与会签了公共资源交易等领域的近10个联合惩戒备忘录;与发展改革委等7部门共同签发了关于限制特定严重失信人乘坐火车、民用航空器的文件。全国36个省级税务机关已将上半年公布的2781件“黑名单”全部推送至同级相关部门,共计实施各项联合惩戒措施2.5万户次。截至2018年6月,6737名“黑名单”当事人被市场监督管理等部门限制担任企业的法定代表人、董事、监事及经理职务;7456户当事人被推送金融机构限制融资授信。

为了利于“黑名单”当事人自我纠错,李国成介绍,税务总局建立了纳税信用修复机制,鼓励“黑名单”主体通过主动纠正失信行为、消除不良社会影响等方式修复信用。今年上半年,全国公布的税收违法“黑名单”案件中,已有172户“黑名单”当事人主动缴清税款、滞纳金和罚款后被撤出公布。

多部门密切协作 保持打击虚开骗税高压态势

近年来,为严厉打击骗取出口退税和虚开增值税专用发票违法行为,税务总局与公安部、海关总署和人民银行等部门密切协作,将打击骗税和打击虚开紧密结合,在全国范围内开展跨部门、跨区域专项行动,在维护国家经济秩序和税收安全等方面取得明显成效。

据李国成介绍,2017年,全国各级税务机关检查涉嫌骗税和虚开企业6.86万户,查处骗取出口退税违法行为挽回税款损失207亿元;认定虚开和接受虚开增值税专用发票及其他可抵扣凭证584万份,涉及税额1205亿元。

税务部门最新数据显示,2018年1至6月,全国各级税务机关共对5.63万户涉嫌骗税虚开企业开展检查,查处骗取出口退税违法行为挽回税款损失48亿元;已认定虚开和接受虚开增值税专用发票及其他可抵扣凭证227万份,涉及税额434亿元。

“根据近年来查处的案件分析,骗税和虚开案件除具有专业化、团伙化、隐蔽化等传统特点外,当前骗税和虚开还呈现诸多新趋势。”李国成说,下半年,税务总局将会同公安部、海关总署和人民银行等部门,加强部门间联系沟通,进一步建立“打长效机制”。

发挥特派办跨区域稽查优势 连续破获涉税大案要案

税务总局驻北京特派员办事处承担对北京、天津、河北、山西、内蒙古5个省市区开展跨区域涉税大案要案稽查等重要任务。

“今年以来,北京特派办发挥跨区域机构优势,与辖区公安部门共同出击,精准聚焦,查处了数起社会影响恶劣的虚开骗税案件。”北京特派办特派员谢滨说,半年多时间里,北京特派办在打击虚开发票方面,共检查涉嫌虚开团伙5个,涉及发票3.4万份,涉案金额102亿元,查缴税款17亿元。截至6月底,配合公安部门成功抓获主要犯罪嫌疑人48名;在打击出口骗税方面,共立案检查企业3户,发现涉嫌骗取出口退税8670万元。

“特派办作为跨区域税务管理机构,能够有效发挥跨区域协同办案的独特优势,迅速启动联合稽查工作机制,高效、精准查处跨区域涉税大案要案,震慑偷骗税行为,有效服务辖区税收治理能力提升,切实维护了国家税收安全。”谢滨表示,下一步,北京特派办将继续精准发力,加强与公检法及银行等部门协调配合,不断提升信息化作战能力和办案质效,为诚信纳税人营造更加公平公正的税收环境。

新华社北京7月4日电

从制造到品牌,中国与世界杯40年

新华社记者 王攀 黄浩苑 王浩明 韦骅



1978年,中国观众第一次通过电视画面看到足球世界杯赛事,中国与世界杯的故事开篇。

2018年,尽管没有中国足球队的身影,但在俄罗斯世界杯,中国球迷购买了4万多张门票,中国品牌占据了顶级和二级赞助商总数的三分之一。

从相遇、相识,到认可、认同,世界杯见证了足球事业的跌宕起伏,更见证了改革开放所淬炼的“中国道路”与发展奇迹。从中国制造到中国品牌,中国企业与世界杯结伴而行,正在尝试以更自信的心态、更主动的作为和更开放的文化,追求新的跨越式发展。

认识

1994年,位于东莞的伟光国际股份有限公司开始了自己的世界杯旅程。当时,这家刚刚成立两年,主要从事小饰品生产的小型企业因机缘巧合,成为“大力神杯”的代工制造企业。20世纪90年代,珠三角已经活跃着数以万计的、类似伟光礼品的企业,它们面向国际市场,运转灵活,成为中国外向型经济的主力军。

但很多企业也存在自主知识产权薄弱、技术研发能力匮乏等问题。世界杯帮助伟光走出了这个陷阱。伟光礼品业务经理简凯平说,在过去的24年里,世界杯的业务量只占到公司业务总量的10%,但世界顶级赛事的高标准、高要求,刺激这家企业不断加强研发设计和业务销售能力,坚持向“顶级制造”努力。

“我们和国际足联不断沟通,从设计开发到生产技术,从选材到营销方案,主旨就是要技术主导、精益求精。”他说。在世界杯的锤炼下,伟光礼品也从代工厂升级为自主品牌企业。2008年,面对全球金融危机的严峻挑战,伟光礼品的传统销售渠道一夜之间消失殆尽,最终就是靠着给世界杯代工形成的设计和制造能力,敲开了国际奢侈品零配件供应的大门,焕发了新的生机。

从世界杯授权企业的代工企业,到2010年成为世界杯的正式授权商。俄罗斯世界杯开幕前夕,伟光礼品的生产线再次出现了“大力神杯”的身影。除了完成了30万个礼品包外,伟光礼品在本届世界杯开幕后又迎来一批新的国内订单。“这是以往非常罕见的,这与近年中国

足球的成长、足球的社会氛围,以及群众对世界杯认识的深入有关。”简凯平说。

认可

2001年10月,国足突破性闯进世界杯决赛圈,两个月之后,中国在多哈加入世界贸易组织。这是历史的巧合,然而回过头来看,这一巧合意味深长。

2002年韩日世界杯,被球迷寄予厚望的中国足球队一场未胜,一分未得,一球未进。此后直到现在,中国足球队再没能出现在世界杯决赛圈的赛场上。这种唏嘘感,在参与世界杯市场争夺的中国企业身上,也似曾相识。

2010年,中国企业生产的“瓦瓦祖拉”创造了世界杯历史上的一个商业神话,但是中国的制造商和产业工人分得的蛋糕却少得可怜——只赚取了相当于产品售价5%的加工费。和当时世界足坛迎来的技战术革命一样,中国企业和中国制造当时也急切需要一次“转型升级”。

2011年成立的东莞市硕科塑胶五金制品有限公司曾经是劳动密集型传统制造企业,2015年,这家企业与其他一些智能制造企业合作开发出国内第一条足球自动化生产线。

切割、印刷、喷码、涂胶、折边,传统制造模式下,一条足球生产线通常需要近百名工人。但在自动化生产线上,只需20个工人就可实现日产1500个足球。通过自动喷涂和涂胶等“独门秘技”,硕科生产的足球能在连续经受3500次时速60公里的冲击后,图案仍清晰可辨。

在硕科的生产车间里,悬挂着一面巨大的五星红旗。企业负责人王冲说:“我们代表了今天的‘中国制造’,不能山寨、粗糙,要优质、卓越。我们的足球要让全世界都觉得好。”

和往届世界杯一样,中国的足球再次出现在俄罗斯世界杯的赛场上。受到全球市场欢迎的商品还包括吉祥物“扎比瓦卡”、世界杯纪念币等,它们的中国制造商都经受了国际足联制定的“严酷”规则考验,在很短的时间窗口里,向世界提供符合消费者期待的高质量产品。

来自世界杯的认可,成为中国经济

不断前行、中国制造顽强向上的见证。

认同

2003年,中国一家空调企业出资税后150万美元聘请罗纳尔多作为其品牌代言人,轰动一时,这可能是中国在国际体育营销上的初体验。

15年后的今天,中国企业在体育赛事营销方面的年投资达到数十亿美元。在世界杯开幕式和决赛举办地莫斯科卢日尼基球场的周边,世界杯赞助商的展台前人头攒动,万达、海信、蒙牛和VIVO四家中国企业的展区格外醒目,前来参观的球迷在门口排起了长队。

四家中国品牌占据世界杯顶级和二级赞助商的三分之一。此外,雅迪集团、指点艺境和帝牌三家中国企业成为区域支持伙伴。有统计显示,中国企业在本届世界杯的广告投入总额达到8.35亿美元。

在国际足联首席商务官菲·勒弗洛赫看来,中国企业逐渐意识到,国内市场发展到一定程度后,需要将目光瞄准海外市场,“这与拥有全球影响的足球不谋而合,这些企业很自然地希望通过这项世界第一运动来拓展自身的海外影响力”。

万达相关负责人在接受采访时表示,与国际足联的合作是企业发展战略中很重要的一部分。“通过这样的合作我们可以让国内外数以百万计的人群参与到足球活动中来。”

“赞助世界杯符合我们作为全球第五大智能手机制造商的品牌定位,我们希望通过这一顶级赛事,让世界认识中国企业、中国品牌。”VIVO品牌高级经理刘宇轩说。

在几十年的发展历程中,世界杯形成了严密而体系化的市场运作规则体系,有着严格的赞助商筛选标准,如今,通过不断的接触与接近,这套体系也开始认同“中国理念”。

2015年,在一次重要的商务谈判中,阿里体育CEO张大钟对国际足联的谈判负责人说:“国际足联说全世界有几亿名足球爱好者,那么几亿的爱好者在哪里?我能告诉你,他买过球没有、买过球鞋没有、买过足球装备没有。他甚至一周踢几次球我都知道,你知道吗?”张大钟说。

如何利用大数据平台有效推动足球运动的发展,引起了国际足联的兴趣。中国互联网的快速发展和互联网思维,为国际足联的市场战略开拓了新的思路。

本月15日,四年一次的“大力神杯归属之谜”就将揭晓答案,随后新的世界杯周期又将开启。在足球改革深入推进的大背景下,人们有理由期待,中国足球也能追随中国制造的步伐,实现“转型升级”,成为世界足球最高舞台的常客乃至主角。

新华社广州7月5日电



打赢蓝天保卫战 时间表和路线图

国务院日前印发《打赢蓝天保卫战三年行动计划》(简称《行动计划》),明确了大气污染防治工作的总体思路、基本目标、主要任务和保障措施,提出了打赢蓝天保卫战的时间表和路线图。

《行动计划》指出

- 要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导
- 认真落实党中央、国务院决策部署和全国生态环境保护大会要求
- 坚持新发展理念,坚持全民共治、源头防治、标本兼治
- 以京津冀及周边地区、长三角地区、汾渭平原等区域为重点,持续开展大气污染防治行动
- 综合运用经济、法律、技术和必要的行政手段,统筹推进、系统谋划、精准施策,坚决打赢蓝天保卫战,实现环境效益、经济效益和社会效益多赢

《行动计划》三年目标



《行动计划》六方面任务措施

- 调整优化产业结构,推进产业绿色发展**
 - 优化产业布局
 - 严控“两高”行业产能
 - 强化“散乱污”企业综合整治
 - 深化工业污染治理
 - 大力培育绿色环保产业
- 加快调整能源结构,构建清洁低碳高效能源体系**
 - 有效推进北方地区清洁取暖,重点区域继续实施煤炭消费总量控制,开展燃煤锅炉综合整治,提高能源利用效率,加快发展清洁能源和新能源
- 积极调整运输结构,发展绿色交通体系**
 - 大幅提升铁路货运比例
 - 加快车船结构升级
 - 加快油品质量升级
 - 强化移动源污染防治
- 优化调整用地结构,推进面源污染治理**
 - 实施防风固沙绿化工程
 - 推进露天矿山综合整治
 - 加强扬尘综合治理
 - 加强秸秆综合利用和氨排放控制
- 实施重大专项行动,大幅降低污染物排放**
 - 开展重点区域秋冬季攻坚行动
 - 打好柴油货车污染治理攻坚战
 - 开展工业炉窑治理专项行动
 - 实施挥发性有机物专项整治
- 强化区域联防联控,有效应对重污染天气**
 - 建立完善区域大气污染防治协作机制
 - 加强重污染天气应急联动
 - 夯实应急减排措施

《行动计划》要求

- 加快完善相关政策,为大气污染防治提供有力保障
- 完善法律法规标准体系,拓宽投融资渠道,加大经济政策支持力度
- 完善环境监测监控网络,强化科技基础支撑,加大环境执法力度,深入开展环境保护督察
- 加强组织领导,明确落实各方责任,严格考核问责,加强环境信息公开,构建全民行动格局