

网店征税仍在调研 5%说法不属实 征税成本还得消费者埋单

5月24日,国家工商总局召集12家知名电商企业进行了以“规范网络商品交易及服务市场秩序”为主题的座谈会,意在为日后的“电商立法”作准备。国家工商总局市场司司长刘红亮对外透露,我国首部“电子商务法”已经列入立法日程,正在起草。

郑州晚报记者
朱江华



网络图片

B 电商红利或将结束

在座谈会上,亦有一种观点认为,目前情况下,只要是在工商局注册过的中小企业甚至个体户,都已经交税。况且我国的商业环境已经遭遇各种税收成本,一旦向电商征税有可能彻底破坏目前正在兴起的良好的商业环境,让年轻人就业和创业环境更为恶劣。

而在具体征税标准环节,有另一种观点认为,在税收上不应区分电商和实体店有区别,否则会造成税负的不公平。对网上开店的应根据目前个体工商户起征点的规定,月销售额不足2万免税,以鼓励小商户发展。

“我们还是马云的态度,可以征税,但现在征税还太早了。”在回应电商征税问题时,阿里巴巴相关人士称。而5月10日,阿里巴巴董事长马云公开表示,电子商务让刚刚创业三五年小企业享受了税收的优惠,带来了真正的公平。这被业界解读为,马云是对今年全国“两会”期间电商征税之争的再回应。作为中国最大的电子商务卖家聚集地,淘宝网也曾发表声明,不反对电商纳税,但反对现在对电商收税。

A 电商立法已列入立法日程

5月24日,国家工商总局召集12家知名电商企业进行了以“规范网络商品交易及服务市场秩序”为主题的座谈会(简称座谈会),意在为日后的“电商立法”作准备。据悉参加此次座谈会的电商包括唯品会、腾讯、阿里巴巴、京东、苏宁易购、携程、东方风行等12家具业界影响力的电商企业。

同时,国家工商总局市场司司长刘红亮在会上透露,我国首部“电子商务法”已经列入全国人大财经委、法工委的立法日程,正在起草,不过,其正式出台还需要很长的时间。

今年两会期间,全国政协委员、苏宁董事长张近东抛出“电商征税论”,

建议税务部门研究电子商务的征税方式,从制度层面规避偷漏税行为。

长期以来,我国的电商交易一直由几个基本法来规范——民法、合同法等,这与日益壮大的网购经济并不相称。电子商务分析师李成东表示,为适应当前电商的快速发展,我国的电商立法已刻不容缓。

电子商务分析师李成东建议,在起征点以上征收一个按营业额计算的“综合税”,而不是分开计征增值税、所得税等,以减少征税成本,这一块建议征收5%的营业税。对此,行业观察家刘步尘曾表示,只要是发生了交易行为,都应该纳税,这是基本原则。

相关链接

美或将通过关于电商征税法案

今年2月16日,美国国会参议院通过了《市场公平法案》,要求电商按照消费者所在地向美国各州政府缴税。如果该法案最终在众议院通过,那意味着电商征税成为现实。但据美国媒体报道,如果该法案正式生效,有44%的民众表示,将会减少在网上购物。



夏季健康大作战

松下阿尔法贴身洁净有妙招

进入6月,高温的天气不仅令人酷热难耐,也对人体健康造成影响。专家提示,夏季户外活动增多,沾染汗渍和污垢的脏衣物极易滋生有害细菌,因此人们在专注于洗净去污的同时,更要留心衣物“深层”的健康威胁。目前,由松下研发的斜式滚筒洗衣干衣机阿尔法系列就将健康洗衣作为重点,为衣物带来“表里如一”的全面洁净。

朱江华



松下阿尔法系列为衣物带来“表里如一”的全面洁净

三重除菌： 松下阿尔法“深层”洁净

阳光明媚的夏日,洗衣健康“大作战”也正式拉开序幕。通过走访各大家电卖场发现,松下阿尔法凭借实用的三重除菌功能,已成为夏季洗衣机市场的明星产品。

据松下洗衣机研发人员介绍,松下阿尔法最大的亮点在于采用业内领先的光动银除菌技术,可在漂洗过程中注入含有银离子水流,被衣物吸附后形成严密的防护层。在筒内蓝光照射下,银离子和水发生反应,产生羟基自由基,进一步加强了银离子的除菌效果,可以有效去除大肠杆菌、金黄色葡萄球菌等有害细菌。

在此基础上,松下阿尔法还兼具高温除菌功能,洗涤过程中水温可加热到90°C,有效去除衣物上的细菌,这对于需要保持高度清洁且耐高温的婴幼儿衣物、寝具等尤为适用。此外,依托筒干燥和筒洗净技术,松下阿尔法系列还实现了自我清洁,杜绝二次污染。

智能烘干： 开启智能洗衣新模式

除了对健康的全面呵护,松下阿尔法还让用户从洗衣晾晒工作中解放出来。据了解,松下独特的智能烘干功能,能够轻柔地抖散衣物,收到受热均匀、蓬松自然的烘干效果。同时,它还兼具高效冷凝式烘干方式,能够通过循环系统从顶部吸入新鲜空气,经松下智能PTC电辅发热装置加热后,形成大面积暖风,有效带走湿衣服中的水分。随后,通过冷凝系统冷却成水,由排水管排出,真正达到即洗即干、即干即穿的便利目的。

伴随大众健康意识的不断觉醒,健康洗涤已成为消费者最为关注的产品属性之一,而具有除菌功能的洗衣机也成为市场关注的焦点。松下斜式滚筒洗衣干衣机阿尔法系列,集三重除菌、智能烘干等高端功能于一身,完美诠释了品质生活的内涵,因而也受到了万千消费者的认可与信赖。

从“创新科技”到“一晚一度电”

美的空调的消费者哲学

一台空调,一度电,就能得到一整晚的舒适享受?这不是“不可能的任务”,美的空调让其变为了现实。作为2013年度主推的“新节能”系列空调,特有ECO运行模式,在“0.1Hz精控技术”的支持下,实现了“一晚一度电”的超节能效果。

朱江华



美的全直流变频空调尚弧(KB)系列

“一晚一度电”是美的空调技术与消费者完美结合

从“创新科技 美的空调”到“一晚一度电”,外界惊觉,美的空调变了,在宣传语上更具象了。对于这一细微的变化,美的空调相关负责人表示,“美的空调只是把核心技术点与消费者需求结合得更紧一些。”

在美的全直流变频空调“一晚一度电”推出之前,空调市场已经充斥着太多的“术语”和“概念”。美的家用空调事业部总裁文新表示,全直流变频空调要想真正发展,必须能够提供具备真正节能效果和更舒适使用效果的好产品给消费者。

“一晚一度电”回归消费者需求

通过调查,美的空调掌握到目前市场上宣传的节能功能,其节能效果几乎都不能量化,消费者对于用这个空调到底费了多少电根本说不上来。据负责研发“新节能”系列变频空调的研发工程师介绍,为了实现“一晚一度电”的节能目标,仅是“把空调控制精

度提高到0.1Hz”一项技术,美的空调研发团队就攻坚了数月时间,包括数不清的通宵达旦。

“我们就是要让消费者使用空调的时候更舒适更简便,当然也要更节能,而且是明明白白的节能。”美的家用空调事业部研发中心主任李强告诉记者。

“一晚一度电”引领节能空调未来趋势

空调市场自2011年下半年进入“寒冬期”后厂商鲜有新品推出,即使推出新品与过去相比无论技术卖点和外观设计都相对保守。“不过美的此次推出的2013冷年全直流变频空调新品在技术创新、材料应用、工艺与外观设计等方面却令人有耳目一新的感觉。”在参观过美的空调2013冷年新品后,不少经销商和媒体都有相似的感受。

资深媒体人士刘尚清分析称,可以看出产品转型是美的空调调整的第一步,美的空调重塑产品形象的首要目的就是让渠道与消费者恢复对美的空调的再认知。显然,“一晚一度电”的美的全直流变频空调做到了。