

上半年新增减税降费 15045 亿元——

“放水养鱼”助企业如鱼得水

海外中资工程企业如何规避疫情造成大法律风险

■ 本报记者 钱颜

我国目前是全球第二大对外投资国、国际工程承包市场份额第一大，去年对外总承包工程项目完成营业额、新签合同额分别达到11927.5亿元和17953.3亿元，对外直接投资高达8079.5亿元。新冠肺炎疫情持续在全球蔓延，海外中资项目遭受极大冲击和深度影响，企业在蒙受经济损失的同时，面临着不可控力的系统风险及大量潜在的法律纠纷。

在日前举办的疫情背景下国际工程项目风险及争议解决研讨会上，中国产业海外发展协会会长胡卫平表示，疫情给我国企业带来很大影响，包括项目东道国海关对中方进入的生产资料通关程序更严格、成本更高；不少企业产能下降和延误发货，甚至资不抵债；中资劳务入境项目东道国办理签证困难，影响复工和项目进程；项目各方对合同条款和履义务务产生分歧和法律纠纷。

“企业应加强与项目投资所在国政府和市场主体的沟通与协调，尽可能消除疫情造成的影响，尽可能减少或避免上升到法律层面。”胡卫平说。

中国国际投资咨询公司董事长于璐认为，在疫情冲击下，海外中资工程面临项目延期、出资方无法按时回款，以及业主和承包商遭受多项索赔等冲击和挑战。“疫情”与“建设”并存，海外中资工程企业需面对复杂风险，而保险对弥补因疫情造成损失所发挥的作用有限。企业暴露出保险保障不全面、工程建设和运营阶段衔接不当、海外人员安全保障不足、团队缺少保险专业人员和保险安排结构不合理等诸多风险，企业可以利用好风险管理平台，将其作为防范及化解风险的应对方案。

北仲仲裁员、君合律师事务所合伙人周显峰通过对多国FIDIC合同项下“不可抗力”规定或规则分析后指出，认定构成“不可抗力”并据以免责的门槛较高，而承包商基于新冠肺炎疫情在“不可抗力”下的权利救济，通常限于工期延长并可能受制于上下游协议的“不可抗力”机制。鉴于此，“政府行为”和“法律变化”以及“业主行为”，可作为工期及费用的重要替代性索赔路径。建议及时发出通知并采取合理减损措施，必要时可获取合同准据法下的法律专家意见，并对政策或行为性质进行准确确定。

北京仲裁委员会、北京国际仲裁中心秘书长陈福勇认为，争议解决条款是风险防范的重要环节，海外中资企业应重视谈判安排，尽量将争议解决地留在境内。

(曾金华)

享受减税降费红利。“减税降费政策针对性强，有力保障了疫情防控与物资供应。”深圳市财政局局长汤署葵说。

在疫情防控重点保障物资中，除了医疗应急物资、粮油等生活物资的保供也十分重要。“我公司提出160万元增值税增量留抵税额申请后，2天就到账了。”红蜻蜓(重庆)植物油有限公司财务人员童女士表示，扩产能关键阶段，这笔退税资金到账有效缓解了企业现金流压力。

值得关注的是，减税降费政策覆盖面广，有力保障了基本民生。重庆在地方事权范围内出台系列降费措施，通过保市场主体、保产业链供应链稳定，为百姓基本生活需求提供充足的供给。比如，针对企业复工复产面临的资金周转、扩大融资等迫切问题，将转贷应急周转资金使用费率降低一半，为企业续贷提供过桥支持，预计全年转贷210亿元，间接节约融资成本6亿元。

在深圳，仅对提供公共交通运输服务、生活服务，以及为居民提供必需生活物资快速收派服务取得的收入免征增值税这一项政策，就为企业减负7亿元。以深圳盒马鲜生为例，仅1月至4月增值税就减免350多万元。

企业增活力添后劲

疫情给广大企业经营带来了困难，尤其是小微企业、民营企业抗风险能力较弱，更容易受冲击。在往年基础上，今年进一步实施减免缓等措施，加大了小微企业减税降费力度。

8月3日，长沙茶颜悦色世界之窗店内，顾客排着长队购买奶茶。茶颜悦色260余家店铺在疫情发生后一度按下“暂停键”，如今又恢复了勃勃生机。“我们的门店都是小微企业，适用一系列优惠政策，上半年直营门店减免增值税1081万元，社保减免311万元，缓交企业所得税110万元，经营成本大大降低。”湖南茶悦餐饮公司财务总监小凤说，7月份该企业店均营收28万元左右，创下历史新高。

“减税降费有效缓解了疫情期间广大中小微企业资金压力，对促进复工复产、稳定和扩大就业，促进企业扩大产能、加大投资发挥了作用，市场活跃度提升。”湖南省财政厅副厅长何伟文说，今年上半年，全省累计新增减税降费超过310亿元。

疫情对进出口冲击明显，外贸企业面临严峻挑战。为支持稳外贸，财税部门出台政策明确，自今年3月20日起，瓷制卫生器具等1084项产品出口退税税率提高至13%，植物生长调节剂等380项产品出口退税税率提高至9%。

重庆国际复合材料有限公司主要从事玻璃纤维系列产品及增强塑料产品的生产、销售等，出口业务占总业务量的四成。“企业主要产品都在受惠范围内，预计全年为企业增加退税1140万元。”该公司财务人员李康志介绍。

最新统计显示，截至6月底，全国2.5万户出口企业享受了此项出口退税政策红利。

同时，税务部门从增进出口退

税便利化、加快出口退税速度等方面推出一系列举措，促进出口退税提速增效。在重庆，“全程电子退库”单笔退税最快当天到账，退税业务平均办理时间压缩至3个工作日，较以往压缩超过50%。

威胜信息技术股份有限公司是一家通信终端设备制造企业，今年上半年办理出口退税420万元。“得益于湖南出口退税‘即报即办’制度，退税资金在1个工作日内就可到账。”威胜公司董事会秘书、财务总监钟喜玉告诉记者。

“退税资金‘活水’快速回流，为稳外贸起到‘护盘’作用。”国家税务总局深圳市税务局党委委员、副局长明安斌介绍，今年截至7月29日，该局累计办理出口退(免)税670.85亿元。

协同发力落实落细

一分部署，九分落实。各级财政、税务等有关部门落实落细相关政策措施，把该减的税减到位，该降的费用降到位，推动了经济社会平稳发展。

汤署葵介绍，深圳市建立财政、税务、社保、医保等部门联动协作和信息共享机制，畅通政策落地“最后一公里”。

深圳税务部门大力推行“非接触式”办税，形成以网上办税为主渠道、大厅全面提速控流的办税格局。“我们认真做好优惠政策落实要给力、非接触式办税要添力、数据服务大局要加力、疫情防控工作要尽力的要求，助力市场主体轻装前行。”国家税务总局深圳市税务局党

委书记、局长张国钧说。

随着各项惠企政策措施深入实施，深圳市场主体活力快速恢复。全市350万户纳税人的增值税发票数据显示，上半年深圳总体销售收入已全面恢复至上年同期水平，整体复工复产率近100%。

今年以来，湖南省财政厅第一时间建立健全减税降费工作机构，搭建财政、发改、税务、人社部门协调机制，提前谋划税费政策措施，做好减税降费分析测算，率先出台支持小微企业和个体工商户复工复产的税费优惠政策。在岳阳市，减税降费工作纳入全市促进民营经济高质量发展发展和重点财税工作考核。

“为确保国家减税降费政策措施直达企业、为市场主体‘赋能’，我们实行网格化服务，强化政策落实情况跟踪问效。”国家税务总局湖南省税务局副局长王建平说。据悉，湖南省建立各级税务机关干部共赴企业调研辅导制度，为蓝思科技等企业解决政策适用、资格认定等涉税问题，并形成政策落实指南，在全省应用。

在重庆，市纪检监察、财政、税务、审计等部门和财政部重庆监管局、审计署重庆特派办、联动强化减税降费监管工作。同时，实施“银税互动”、提升涉税数据增值服务，纳税信用与金融信贷挂钩，为诚信经营、依法纳税企业提供资金支持。“重庆将更加积极有为实施好积极财政政策，全力稳企业保市场主体。”重庆市财政局税政处处长陈军武说。

(曾金华)

跨境电商迎政策利好 外贸促稳提质

■ 李华林

由菜鸟网络科技有限公司承建的550件卫浴台盆，近日在深圳海关通过新模式快速通关，发往印度尼西亚的海外仓。这标志着跨境电商企业对企业(B2B)出口业务在深圳海关落地，深圳跨境电商出口迎来全新换挡升级。

“新冠肺炎疫情期间菜鸟海外仓帮助商家保持了出口稳定，部分商家海外销售逆势上扬。”菜鸟国际供应链总经理赵剑表示，跨境电商B2B出口改革将出口海外仓模式纳入跨境电商监管，同时在通关、查验、物流等方面提供了一系列便利化措施，有助于菜鸟扩大海外仓规模，利于中国企业商品出口。

今年以来，跨境电商发展迎来新契机，系列利好政策措施密集出台。7月1日，北京海关、天津海关等10个海关正式开展跨境电商B2B出口试点，增设“9710”“9810”两个出口监管代码，企业可以“一次登记”“一点对接”，享受优先查验、允许转关等政策。4月7日，国务院宣布新设46个跨境电商综合试验区，加上之前已经批准的59个，全国将有105个综试区，覆盖30个省份，形成陆海内外联动、东西双向互济的发展格局。

各地也在不断加码对跨境电商的扶持。浙江启动“店开全球”跨境电商网店培育专项行动，计划建设一批跨境电商产业园，争取全年新增跨境电商店铺一万家以上，实现跨境网络零售出口1000亿元以上；福建不断完善海外仓储物流配送及售后服务网络，推动海外仓、体验店等模式融入境外零售体系，努力解决跨境电商出口“最后一公里”问题；广东印发7个跨境电子商务综合试验区实施方案，明确要实现海关、外汇、税务等部门之间数据互通、监管互认、信息互换，更好服务电子商务发展，等等。

政策助力下，跨境电商进出口规模快速增长，成为外贸发展的新亮点。根据海关总署发布的数据显示，今年上半年，海关跨境电商监管平台进出口增长26.2%，其中出口增长28.7%，进口增长24.4%。

“疫情之下，跨境电商的逆市上扬，助力外贸促稳提质。”中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林表示，线上交易突破时空限制、压缩中间环节，大幅降低商业成本，同时还减少了不必要的人员接触，将疫情影响降到最低。此外，互联网和信息技术迅猛发展，跨境电商将交易对象从企业扩展到个人，同时大数据让企业更了解消费者的需求，生产适销对路的产品，降低了商品滞销的比例，加速了资金周转。

在拓展企业海外营销渠道方面，跨境电商表现尤为亮眼。一位跨境电商平台负责人表示，为应对疫情带来的挑战及抓住新业态发展的机遇，跨境电商企业正加速创新发展，“跨境电商+中欧班列+海外仓”“跨境电商+金融”等模式成为我国货物出口的新路径，能够帮助外贸企业更容易、更有效地进入全球市场，接触到更广泛的买家网络并参与全球价值链，提升国际竞争力。

此外，跨境电商日益成为满足国内居民不断升级的消费需求的新渠道。一方面，在跨境电商新模式新业态新技术的加持下，消费者只要一键下单，就能买到世界各地的优质商品。另一方面，通过引进更加丰富多元的海外商品，消费者能接触到更广泛的供应商以及价格更具竞争力的商品，从而进一步释放消费潜力，带动疫后经济复苏。

专家表示，随着新冠肺炎疫情全球蔓延，未来外贸形势依然复杂严峻，传统外贸企业将面临订单减少、物流不畅等困难，跨境电商仍是外贸企业重要的转型之选。接下来，相关部门要持续出台利好政策，扶持跨境电商发展，充分发挥跨境电商优势保订单、保市场、保份额，助力我国外贸克难前行。



8月16日，福建省三明市明溪县副县长林建忠(中)在直播间和主播们一起推介明溪美食。当日，福建省三明市举行首届“乐购三明”直播节。此次直播节实行市长县长联合直播、一二三产联合销售、平台网红共同推介，准备了价值200多万元人民币的特色产品免费赠送，为广大网友奉上丰富多彩的“明货大餐”。

中新社记者 张斌 摄

7月民航运输生产指标继续回升

本报讯 记者从8月13日举行的中国民用航空局新闻发布会上获悉：7月份，全国民航运输生产指标继续回升。

7月份，全国民航共完成运输总周转量68.8亿吨公里，同比下降

39.3%，降幅较上月收窄3.4个百分点；完成旅客运输量3910万人次，同比下降34.1%，降幅较上月收窄8.3个百分点；完成货邮运输量55.2万吨，同比下降10.4%，降幅较上月扩大4.7个百分点，其中，全货机货

邮运输量继续保持较快增长，共完成22.9万吨，同比增长20.4%。

在运行保障方面，7月份，民航业共保障各类飞行37万班，日均11941班，日均同比增长30.3%，环比上升10.4%。全国航班正常率为

85.6%。

在安全运行方面，7月份，行业安全生产继续保持总体平稳态势。截至7月底，全国运输航空持续安全飞行119个月、8494万小时。

(崔建国)

小鹏汽车赴美IPO 凭借智能脱颖而出

■ 本报记者 张伟伦

近日，中国电动汽车制造商小鹏汽车正式向美国证券交易委员会提交招股说明书(FORM F-1)，寻求以代码“XPEV”在纽交所挂牌交易，其英文名称为XPeng Inc.，融资额暂时不确定，招股书所列1亿美元仅是例行披露的占位符。招股书显示，此次IPO承销商包括瑞士信贷、摩根大通和美国银行。这意味着继蔚来和理想先后在美国上市后，小鹏汽车或将成为第三家赴美上市的中国造车企业。

据了解，小鹏汽车成立于2015年，由何小鹏、夏珩、何涛等人联合创立，总部位于广州，并在广东肇庆拥有自建工厂。2018年，该车企推出首款量产车小鹏G3，今年6月底，旗下第二款量产车型小鹏P7开始交付。记者注意到，小鹏汽车自创立至今已进行了11轮融资，投资者包括IDG资本、晨兴资本、中金资本等，融资金额已超过163亿元，其中在A+轮、B轮以及日前进行的C++轮融资中，阿里巴巴集团均有参与。通过对比

不难看出，目前已选择赴美上市的三家造车企业，秉承的理念有所差别。蔚来致力于打造高端车型和极致用户体验，理想呈现的是务实的作风，小鹏则坚持自身智能的基因。在小鹏此次IPO招股书当中，也能够清楚地看到为了打造智能因素所付出的成本。

业内人士告诉《中国贸易报》记者，目前国际市场对新造车企业的容纳量十分有限，倘若先期上市最终存活几率就大，尤其是受上半年疫情影响，新能源汽车发展态势已逐渐明朗。今年特斯拉国产后，连续多月实现销量破万，其市值一路走高。蔚来以及7月底上市的理想，其股价也迎来涨幅。7月当月，造车新势力累计销量为1.4万辆，同比增长174%，成为新能源车市的重要力量。可见，在这一背景下，小鹏汽车选择上市合乎情理。

截至7月31日，小鹏已交付旗下G3车型18741辆，小鹏P7交付1966辆，整体销量20707辆。考虑

到整个汽车业环境和当下的造车新势力，这个成绩可圈可点。但分析人士也同时指出，销量只是一方面，能否最终上市成功，还要看财务状况、业绩成长性数据。

根据招股书披露的财务信息，自2015年成立以来，小鹏汽车一直面临营收亏损，运营活动现金流为负。2018年、2019年和截至2020年6月30日的6个月内，小鹏汽车的净亏损分别为13.988亿元、36.917亿元(约合5.225亿美元)和7.958亿元(约合1.126亿美元)。这三个统计时期，小鹏汽车用于经营活动的现金净额分别为15.727亿元、35.628亿元(约合5.403亿美元)和12.127亿元(约合1.716亿美元)。小鹏汽车成立以来，公司一直没有盈利，直至最近才开始产生营收，这主要是因为电动汽车的设计、制造、销售和服务是一项资本密集型业务。利好的一面是，从现金储备指标来看，小鹏汽车IPO前合计持有现金类资产超85亿，远超其他新造

车企。这在推崇“现金为王”的资本市场十分抢眼。

此外，引来资本的因素或许还和小鹏汽车一直走科技路线分不开。今年以来，众多车企因未掌握核心技术、资金链断裂等因素暴雷倒下，而坚持走智能化路线的小鹏汽车，则在行业洗牌中，凭借错位竞争优势，脱颖而出，赢得资本青睐。

“小鹏的标签是智能，智能是小鹏的最核心优势。”此前，小鹏汽车CEO何小鹏曾明确表示。他认为，只有软件自研加上核心硬件自研，才能够实现快速迭代，给客户带来不断更新的体验。

在去年的成都车展上，小鹏汽车还举办了“天生智能”的发布会。这种由表及里对于“智能”的执着，都深深烙印在该企业成长的轨迹中。事实上，也正因为有了智能化的赋能，造车新势力才能够给予汽车业更多的想象空间，这也打破了一直以来汽车单一地作为出行工具的功能。