

税负较重 重复征税 政策忽视

中小文化企业的税收“三重门”

本报记者 杨浩鹏

对于国内迫切需要融资的中小文化企业来说,没有什么比减税更具有普惠性了。虽然上至中央下至地方相继出台了一些文化企业税收减免政策,然而对于大多数中小文化企业来说,减税减负仍然是他们最迫切的愿望之一。

文化部部长蔡武在近日深圳召开的全国文化产业发展座谈会上表示,“十二五”期间,文化部将积极协调有关部门,就降低工艺美术、大众文化娱乐、演出、艺术品等行业税负问题进行研究,适时出台相关政策。这对广大中小文化企业以及准备在未来几年进入文化产业领域的投资者和创业者来说,绝对是一大利好消息。

压在文化企业身上的“三座大山”

之前政府和媒体关注文化企业的焦点多为解决贷款难等融资问题,但相对来说,文化企业经营者的减负,减税政策来得更实惠一些。多位文化企业负责人在接受记者采访时表示,文化企业税负重、重复征税、忽视减负政策已成为了压在他们身上的

“三座大山”。

有学者认为,目前我国文化产业税负相对较重,严重削弱了企业发展的竞争力。以出版业涉及的图书销售增值税税率为例,相对于文化产业发达国家而言(如法国为5.5%),我国的图书销售13%的增值税税率是明显偏高的,再加上随其税额附征的7%的城市维护建设税、3%的教育费附加,税负就更为沉重。

此外,2009年增值税改革后,增值税征收范围变得更大,但是几乎大部分文化企业都征收营业税。“目前我国只在境内销售的文化产品统一征收增值税,其余大部分文化企业仍须缴纳营业税,而文化产业在很大程度上依靠知识和创意,其资产大多体现为知识产权、品牌价值等无形资产。在这些无形资产的开发和交换过程中,智力投入往往占文化产品成本的绝大部分,但企业在纳税时对这些投入并不能进行抵扣,如出版业中的作者稿费及版权购买支出成本、影视制作业中的剧本创作和制作成本、演艺业中的剧目创作成本、动漫产业中的作品创作及购买支出成本、报

刊业中的稿费支出成本等都不能进行进项税额抵扣。这种重复征税,加大了文化产业的生产成本和投资风险,抑制了文化产业的发展活力。”北京大学文化产业研究院副院长陈少峰教授介绍。

同时,在我国的文化产业中,多数富有生机和市场活力的企业的身份出现的,他们在购进固定资产等方面享受不到“增值税转型”所带来的实惠。“由于图书出版类文化产品的特殊性,国内对相关图书、影像制品常见的退回特殊性并没有给予足够的重视,导致企业发生频繁的缴税再退税行为,企业部分资金被税收支出暂时占用,加重了我们这类中小企业的财务负担。”启明星系列图书出品人齐明鑫在接受记者采访时大吐苦水。

以地方为试点 调整文化企业税收

在我国现行税法中,涉及文化产业的税收政策较少,且多以国家税务总局和相关部委的临时通知为主要形式,税收立法层次较低,没有形成一个完整的政策体系。

我国促进文化产业发展的税收政策主要分布于《关于文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业的若干税收政策问题的通知》、《关于文化体制改革试点中支持文化产业发展的若干税收政策问题的通知》、《关于支持文化企业发展若干税收政策问题的通知》、《关于文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业的若干税收优惠政策的通知》和《关于

扶持动漫产业发展有关税收政策的通知》5个文件。

总体来说,现有的文化产品的差别税率政策设计过粗,制约了税收优惠政策实际效果的发挥。由于我国经济发展的差异性,文化产品的需求在区域、服务对象等方面也存在相应差异,不加区分地实施统一的税收优惠政策,实际激励效应会出现较大偏差。如在市场较为成熟及需求较大的大城市,税收扶持政策能发挥作用,而在需求量小、市场狭窄的地区,税收扶持作用难以发挥。

但记者在整理各地方“十二五”文化产业发展规划时注意到,各地已经开始尝试更加灵活的文化企业税收减免政策。如山东省日照市规定,新创办文化企业所缴纳的营业税、增值税、所得税等,凡属地方财政留成部分,在3年内采取等额扶持的办法,用于企业的发展。

可供借鉴的国外经验

由于认识到文化产业的巨大经济影响,许多国家开始采取有针对性的税收优惠政策,以鼓励文化产业的发展,或许可以成为国内未来制定新的税收减免政策的借鉴。

调整税负,立法先行。税收立法在一定程度上反映了一个国家的产业政策,许多发达国家将“文化立国”的理念运用到指导文化产业发展的实践中,在税收立法中突出扶持文化产业的发展。如美国政府把文化产业发展纳入国家文化发展战略,在引导社会力量投资文化产业的过程中,对涉及文化产业的个人所得税、公司所得税缴纳等方面的内容都以

单独分章的形式予以介绍,以突出文化产业的战略优先发展地位。法国以文化产业作为国民经济发展的先导,从中央政府到地方政府,在出台的税收法律中贯穿着引导文化产业优先发展的思想,构建了目前世界上最完整的文化产业税收扶持体系。日本在1995年确立了文化立国方略,由经产省负责从经济角度管理文化产业,其情报、信息、政策局专设文化产业政策关联科,为财务省出台相关税收扶持政策提供依据和建议。韩国将文化产业列为21世纪发展国家经济的战略性支柱产业加以扶持,专门成立了以韩国文化产业振兴院为主导的文化产业发展研究机构,并着重从税收方面研究扶持产业发展的相关政策。

具体到不同文化单位、不同文化产品,实行不同的税率可以调节文化资源配置,引导文化产业朝着符合国家利益方向发展。文化产业中的差别税率应以政府的文化导向为依据,对不同种类的文化事业和不同社会效益的文化产品以及文化服务实行不同的税率。如在文化产业结构、产品消费结构上,对政府提倡和鼓励的高雅文化实行低税率,对低俗文化实行高税率;对高端消费市场实行高税率,对低端消费市场实行低税率。以英国音乐产品消费为例,为了调节专业发行公司与大众消费市场的消费行为,英国政府对音乐产业中的唱片销售征收17.5%的增值税,而对于音乐出版物则不收增值税。这不仅抑制了专业发行促销费用的过快增长,还刺激和直接引导了大众对音乐出版物的消费。

文化产业周刊

数据

日前,Google旗下数据调研机构DoubleClick Ad Planner发布了2011年4月份全球网站访问量TOP1000榜单,Facebook、YouTube和Yahoo分列前3名。此外,56网以日均8000万独立访问量排名全球第35位,位居国内视频网站三甲。国内共有6家视频网站入围前50名,分别是优酷、土豆、56网、迅雷、酷6和PPS。(来源:新浪科技)

在未来5年,广东省珠海市将投资30多亿元用于建设重大文化设施,拟建的重大文化设施主要是位于横琴新区的粤港澳文化创意产业实验园和珠海南方影视文化产业基地。(来源:《珠海日报》)

近日举行的2011年北京保利春季拍卖会上,“现当代中国艺术夜场——吴冠中重要绘画作品”专场25件作品全部成交,总成交额达5亿元,其中《狮子林》以1.15亿元成交,创造了中国现当代艺术品拍卖的新纪录和吴冠中个人作品拍卖纪录。(来源:新华社)

观点

在互联网时代,传媒管理面临着越来越多的新问题和新的挑战,网络日益成为管理的重要领域。随着3G网络建设的完成,用户的传统阅读方式也随着移动互联网的发展而发生改变,如手机媒体拥有交互平台的特点深受用户喜爱,用户既是内容的消费者,也是内容的制作者,传统媒体的内容“把关人”角色正在遭遇挑战。数字媒体在加速融合形成寡头之时,内容生产则显得越来越杂乱无章。如何加强对互联网和微博的管理成为一个紧迫的任务。如网络水军的出现严重影响了正常的网络秩序。

与此同时,我们也不能忽视在市场大潮的冲击下,传媒出现的种种消极现象:内容产业中“泛娱乐化”倾向、目标追求的“GDP崇拜症”、乱用概念的“泛产业化”,以及文化产业园区中的“三要”(官员要政绩、商人要地皮、学者要课题)等问题。(来源:《传媒》)

如何在高端层次进行艺术市场资源金融化的过程,并使其沿着“资源资产化、资产资本化、资本产权化、产权金融化”这样一条清晰的路线进行发展,这是一个大课题。艺术是一种特殊的资源,不同区域也会形成特有的艺术现象和艺术资源。只有完成艺术市场资源资产化、产权化、资本化,与金融市场深度融合,方能完全适应和充分利用我国多层次艺术品资本市场,从而完成艺术市场资源金融化的最终转化。(来源:《山西日报》)

地方

南京文化产业将驶入“快车道”

近日召开的江苏省南京市加快文化产业发展工作推进会上发布了《南京市“十二五”文化产业发展规划》。规划指出,南京今年要实现五大总投资亿元以上项目开工开园的目标,推动1至2家文化企业进入上市辅导期,力争到2015年,南京文化产业增加值达到500亿元,占南京市GDP的5%以上,进入全国文化产业发展第一方阵。此外,南京将制定优惠政策,扶持中小企业,对符合政策要求新成立的文化创意企业,自工商注册登记之日起,其企业所得税市级留成部分,前两年补贴50%,后3年补贴30%。在文化产业支撑技术等领域内,对符合规定条件的高新技术文化企业,经认定后减按15%的税率征收企业所得税。经营性文化事业单位转制为企业后,在2013年12月31日前,自转制注册之日起按规定免征企业所得税。(来源:《江南时报》)

福建设立专项资金促闽台文化产业合作

根据近日出台的《福建省创意产业发展专项资金管理暂行办法》,福建将推动该省创意企业在台湾设立产品展示和销售中心,促进福建创意产品进入台湾市场;开拓台湾高端市场,在漆艺、陶瓷、石雕等领域开发一批面向高端市场的创意精品,积极引进一批台湾创意产品进入福建市场,并通过福建辐射内地其他省市,将福建打造为大陆承接台湾创意产品的集散地。力争到2015年建立5至10个闽台创意产业合作园区或示范基地,培育一批具有闽台特色的创意品牌,推动与创意产业有关的贸易额不断增长。此外,福建省级财政在未来3年内将统筹1亿元人民币,设立福建省创意产业发展专项资金,扶持创意产业发展,进一步深化闽台创意产业合作。(来源:中新网)

(杨浩鹏 整理)

6月6日,“第17届上海电视节开幕式暨华语主持人群星会”在上海举行,本次电视节开幕式主打“年轻牌”,一批新生代主持人获奖。图为年轻主持人在开幕式晚会上表演歌舞秀。

新华社记者 刘颖 摄

综合资讯

内蒙古重点扶持七类文化产业项目

本报讯 记者近日从内蒙古自治区财政厅了解到,为加快内蒙古文化产业发展,增强自治区文化产业整体实力和竞争力,推进民族文化大区建设,根据《内蒙古自治区文化产业发展专项资金管理暂行办法》,内蒙古今年重点扶持七类文化产业项目。

重点扶持的文化产业项目包括:自治区级文化产业园区和示范基地建设;新闻出版、广播影视、民族演艺、文化旅游等文化产业领域的开发和创意;动漫、网游等新兴文化产业的研发和制作;具有自主知识产权的文化产品和服务出口;骨干文化企业培育及重点文化产业项目平台建设;文化体制改革转制企业文化产品开发;其他自治区文化产业。

据了解,今年内蒙古自治区文化产业发展专项资金对文化产业项目采取专项补助和贷款贴息两种扶持方式,同一项目单位只能申报一种扶持方式。其中专项补助主要补助以自有资金为主投资的文化产业项目以及文化产业园区(基地)建设,单个项目专项补助不超过项目总投资的30%,补贴额度原则上最高不超过500万元。批准立项的项目自有资金到位后,财政下达补助资金。贷款贴息主要用于2009年1月1日至2010年12月31日已获得银行贷款文化产业项目的贴息。年贴息率按当年国家规定的银行贷款利率基准利率计算,单个项目贴息额度原则上控制在200万元以内。

(杜柏业)

西宁命名首批文化产业示范基地

本报讯 6月2日,青海省西宁市命名了10家文化企业为西宁首批文化产业示范基地,同时命名了5户文化产业示范户。

据悉,为推动西宁市文化产业持续健康快速发展,根据《西宁市文化产业示范园区、示范基地(户)评选命名管理办法(试行)》,今年3月以来,西宁市在全市范围

内开展了评选命名第一批文化产业示范基地(户)申报推荐工作。通过各文化企业申报和各区(县)文化行政部门的审核推荐,专家评审组现场考察和集体评议,决定命名大通皮影艺术传习所等10家文化企业为西宁市第一批文化产业示范基地,徐全熙等5户为西宁市第一批文化产业示范户。(青文)

电广传媒跨省收购首单锁定保定

本报讯 两年前就传出欲走有线网络跨省扩张之路的电广传媒终于成功迈出第一步,6月6日,电广传媒发布公告称,拟通过控股子公司华丰达有线网络控股有限公司以现金1.03亿元收购Broadway Offshore Limited持有的河北保定百世开利有线广播电视综合信息网络有限公司49%的股权。

电广传媒表示,该公司在整合湖南省有线电视网络的基础

上,积极推进省外跨区域发展,而保定公司股权的获得对有线网络业务的跨区域发展具有战略意义。今后该公司将通过规范运作和加强业务建设等手段实现有线电视产业化发展,快速提升公司核心竞争力,实现合作共赢,获取优良回报。

此外,电广传媒还在同新疆、青海等地的有线网络公司积极接洽跨省收购事宜,有望多地开花。(文星明)

江西实现引进版少儿书籍反输出

据新华社消息 (记者刘菁 郭远明)江西出版的意大利经典图书《老鼠记者(新译本)》在“六一”期间上架,与旧译本不同,新译本译自原版并最大限度地减少了因文化差异带来的阅读障碍。而江西引进版权出版的“彩乌鸦”系列丛书则有了同品牌的中文原创书,中文“彩乌鸦”版权反输出到日本、韩国。这些都是江西出版业加强文化交流、创新出版业态的积极探索。

据江西省出版集团相关负责人介绍,近年来,江西出版业坚持在创新中获得产业活力,坚持加强出版的海内外交流,促使

更多的中国图书走出国门,其中成功实现了对引进版权图书“彩乌鸦”系列的品牌重塑、组织原创出版,最终实现版权反输出。去年9月,“彩乌鸦”中文原创系列图书的版权被输出到日本、韩国等地,受到当地小读者的欢迎。

据介绍,为满足我国儿童的阅读需求,近年来江西出版集团旗下属的二十一世纪出版社与美国、英国、法国、德国、日本、韩国等的多家专业出版机构建立了合作关系,引进了《活宝3人组》《精灵宝可梦》、《老鼠记者》等国际知名的少儿图书。



产业时评

文化产业统计指标体系亟待更新

林楠

4月1日,由北京市质监局制定的北京市首部关于文化创意产业类别划分的地方标准《文化创意产业分类》正式实施。在这一分类标准中,文化创意产业指的是“以创作、创造、创新为根本手段,以文化内容和创意成果为核心价值,以知识产权实现或消费为交易特征,对社会公众提供文化体验的具有内在联系的产业集群”。按照这一定义,同样是包装装潢与印刷行业,“邮票、明信片及其他集邮品的印刷、广告宣传品印刷,扑克纸牌的印刷”属于文化创意产业,而“商标印刷、票证印刷”则不属于文化创意产业。

从上述新闻报道中,我们可以看出,北京市新颁布的这一文化产业分类标准对相关的概念进行了辨析,对文化产业应当包括的产业门类也进行了明确。

而近年来,在全国范围内,颁布类似分类标准的省市区也不在少数,并且大多还根据自己发布的标准公布了相关统计数据,诞生了如文化产业“千亿俱乐部”等说法。但是,各省市自治区公布的标准却并不相同,有些还有很大的出入,在哪些产业门类应该划入文化产业的问题上也有很大的差别,甚至在是叫文化产业集群”。按照这一定义,同样是在这都有很明显的分歧。与此同时,在这些各不相同的统计基础上得出的统计数据,也是相去甚远。当注意到这种差别以及由此产生的数据上的巨大出入,让人不禁怀疑,文化产业到底是发展出来的还是统计出来的?

实际上,早在2004年,国家统计局和有关部门就在相关课题调研的基础上发布了《文化

及相关产业分类》,首次从国民经济统计的角度对我国文化产业的分类和统计范围进行了规定。这份分类标准以及随后发布的文化产业年度统计数据,基本摸清了我国文化产业的总规模,为政府和企业的决策提供了基本的数据支持。

但是,从2004年至今,随着我国文化产业的不断发展,这份分类标准及相关统计中存在的问题也日益突出。首先,虽然有了相关的分类标准,但是文化产业统计并没有进入日常统计的序列,因此,有关数据的发布只能等到进行国民经济普查的年份,根据普查数据将已经统计好的其他产业的数据进行归总,再得出文化产业的相关数据,这显然无法适应文化产业目前瞬息万变的发展势头。其次,核心层、外围层、相关层的分

类思路与文化产业的发展特点基本相符合,但是随着文化产业的发展,这三层的每一层具体包括的产业门类也应当作出适当的调整,比如原来大多划分在相关层的文化产品制造业,在近年来其生产规模有极大的增长,而且其生产和销售与作为文化产业核心的内容生产有着密不可分的关系,但将其划分在外围层,使得对这部分文化产业门类的认识不到位,对其相关政策支持也长期不到位。而另一方面,三层的提法及其开放性使得有些地方在文化产业统计分类体系中,将软件服务业等均纳入了文化产业的范畴,如此算来,文化产业几乎是刚刚被“发现”就成了支柱性产业。第三,由于并没有进入日常统计的序列,国家统计局的这套分类标准并没有在全国范围内实施,这也是造成

全国各省市都有各自的文化产业分类标准和统计指标的原因之一,并直接造成了多地文化产业统计口径的不统一。

对于任何一个产业的发展,统计数据都是一个基础性的服务工作,其重要性不言而喻。而且其生产和销售与作为文化产业核心内容生产有着密不可分的关系,但将其划分在外围层,使得对这部分文化产业门类的认识不到位,对其相关政策支持也长期不到位。而另一方面,三层的提法及其开放性使得有些地方在文化产业统计分类体系中,将软件服务业等均纳入了文化产业的范畴,如此算来,文化产业几乎是刚刚被“发现”就成了支柱性产业。第三,由于并没有进入日常统计的序列,国家统计局的这套分类标准并没有在全国范围内实施,这也是造成