

2022年6月22日
星期三
第1674期/共1674期

【参考信息】

税收数据赋能精准对接需求 上海税务部门全力以“复”稳外资……………p2

到2025年,上海氢能产业链产业规模将突破1000亿元……………p4

乐高确定涨价,你还会买吗?……………p5

企业文化不是一层不变的,而是要随社会大环境变化和企业发展不断创新和变革。目前我国政治、经济和社会环境与过去相比,都发生了明显而深刻的变化,企业发展面临着诸多新机遇、新挑战和新任务,这都要求企业要高效开展企业文化创新和变革,保持企业文化先进性和引领性。

客观 冷静 中性 实证

上海企业竞争力研究中心

地 址: 上海浦东浦电路489号由由燕乔大厦409-411室

电 话: 021-51313680 4000092877

传 真: 021-51313688 邮编: 200122

E-mail: info@shecs.org

【参考信息】

税收数据赋能精准对接需求 上海税务部门全力以“复”稳外资



外贸外资是连接国内国际双循环的纽带，是稳定和推动经济社会发展不可或缺的重要力量。为贯彻落实好党中央、国务院关于推动外贸外资平稳发展、扩大高水平对外开放的工作部署，上海税务部门积极发挥税收职能，推动外资企业退税减税红包快速落地，精准对接外企企业涉税需求，提振跨境投资者和外资企业的发展信心，为外贸外资发展营造了良好的税收环境。

留抵退税快速到位为外资企业扎根中国添信心

“46 万元的退税款及时到账，缓解了我们的现金流压力。作为立志扎根中国的外资企业，我们真切体会到中国政府为企业提供支持的决心和力度。”受疫情影响，埃赛特流体系统（上海）有限公司供应链上下游的不稳定性明显增加，公司面临着不小的流动资金压力，收到退税款，该公司负责人 Frank Senf 先生通过随行翻译向税务部门表达感谢。

丽迅企业发展（上海）有限公司对留抵退税“及时雨”也颇有感触。作为一家覆盖全国 300 多个城市、拥有 70 多个城市仓库的物流企业，自 2020 年以来多地疫情反复，丽迅面临运力不足、成本高企等困难。

“留抵退税优惠新政给我们带来了一场助企纾困的‘及时雨’！”财务经理徐淑军介绍，前不久税务部门大数据发现发现丽迅属于制造业等六大行业中的交通运输业，符合新出台的大规模留抵退税政策，便及时联系并辅导企业办理了增量留抵退税，退税金额达 1198 万元。

政策红利加持下，企业发展更添动力。在“6·18”大促预售正式开启的第一天，丽迅物流以智能化物流设备及数字化信息系统驱动供应链的发展，高效应对大促订单并助力企业降本增效，打通城市“最后一公里”配送服务。数据显示，目前该企业全国云仓订单量整体趋于平稳，订单全链路时效较往年提升了 20%，发货及时率达到 99.82%，在丽迅复工达产之路上迈出了稳稳一步。

精准对接需求为外资企业解涉税难题

疫情以来，上海税务部门充分利用线上、网上、掌上“三位一体”智能咨询模式，及时收集企业诉求问题，提升响应效率，提供精细化、专员化服务，帮助本市外资企业在常态化疫情防控时期留得下、站得稳、发展好。

圣戈班（中国）投资有限公司主要从事设计、生产并分销应用于建筑和工业市场的材料和服务。据了解，圣戈班近期向境外客户完成业务交付，客户提出需要在当地申报享受税收协定后，方可进行付款操作，而享受协定，则必须先取得企业的中国税收居民身份证明。在疫情情况下，如果能及时收款，对于企业的现金流帮助很大。

面对企业诉求，主管税务部门快速响应，第一时间安排专员对接，并调动国际税收方面的税务专家团队，为企业提供精准服务。“在疫情之下，从提出需求到拿到证明，仅仅花费了不到一周时间。”圣戈班相关负责人表示，“税务部门以优质服务及时缓解了我们外资公司的资金压力。”

与圣戈班情况类似，敦豪全球货运（中国）有限公司同样得到了税务部门的精准助力，在前不久拿到了税收居民身份证明，“我们企业主要从事国际物流，货物进出口等相关业务，税务部门在疫情期间服务不断不乱，帮助我们避免了可能面临的双重征税的困境。”该企业负责人表示。

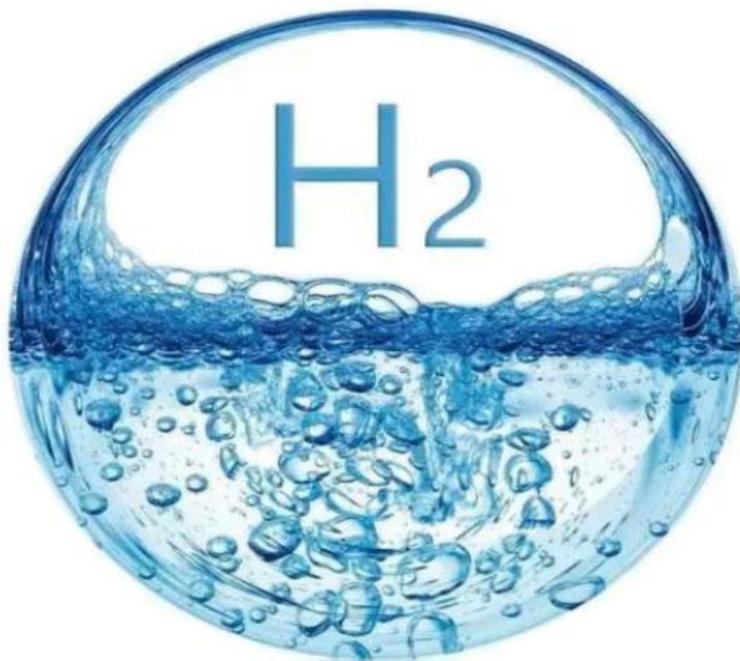
据了解，为更好发挥税收职能作用，帮助纳税人准确掌握和及时适用各项政策措施，税务总局还梳理形成了 44 项外贸外资领域税收支持政策和征管服务措施，并在税务网站上发布。

“税务部门的工作让我们感到中国正在不断加强营商环境的治理和规范，构建面向未来的、可持续的国际商业合作，”西门子（中国）有限公司副总裁、亚太区税务及关务总监杨雪莲女士表示，“这增强了了跨国企业在华持续发展的信心。”

国家税务总局上海市税务局相关负责人表示，下一步，上海税务部门将持续关注外资企业动态，深入问需，精准解难，以担当作为展现上海的开放品格和开放优势，为营造更好的外商投资和营商环境贡献税务力量。

【参考信息】

到 2025 年，上海氢能产业链产业规模将突破 1000 亿元



“到 2025 年，上海氢能产业链产业规模将突破 1000 亿元。”2022 年 6 月 20 日，《上海市氢能产业发展中长期规划(2022-2035 年)》(下称“《规划》”)正式印发。《规划》提出，到 2025 年，产业创新能力总体达到国内领先水平，制储输用产业链关键技术取得突破性进展，具有自主知识产权的核心技术和工艺水平大幅提升，氢能在交通领域的示范应用取得显著成效。建设各类加氢站 70 座左右，培育 5-10 家具有国际影响力的独角兽企业，建成 3-5 家国际一流的创新研发平台，燃料电池汽车保有量突破 1 万辆，氢能产业链产业规模突破 1000 亿元，在交通领域带动二氧化碳减排 5-10 万吨/年。

到 2035 年，产业发展总体达到国际领先水平，建成引领全国氢能产业发展的研发创新中心、关键核心装备与零部件制造检测中心，在交通、能源、工业等领域形成丰富多元的应用生态，建设海外氢能进口输运码头，布局东亚地区氢能贸易和交易中心，与长三角地区形成协同创新生态，基本建成国际一流的氢能科技创新高地、产业发展高地、多元示范应用高地。

为打造集群效应，扩大氢能产业“朋友圈”，上海还将形成“南北两基地、东西三高地”的氢能产业空间布局，并打造“西氢东送”长江氢能走廊。

值得一提的是，在空间布局上，《规划》提出，上海将打造“南北两基地、东西三高地”的氢能产业空间布局。其中，“两基地”为金山和宝山两个氢气制备和供应保障基地；“三高地”为临港、嘉定和青浦三个产业集聚发展高地。其中，金山将打造氢源供应与新材料产业、示范运营基地，宝山将打造氢源供应与综合应用基地，嘉定将建设氢能汽车产业创新引领区；青浦将建设氢能商业运营示范区；临港将建设氢能高质量发展实践区。

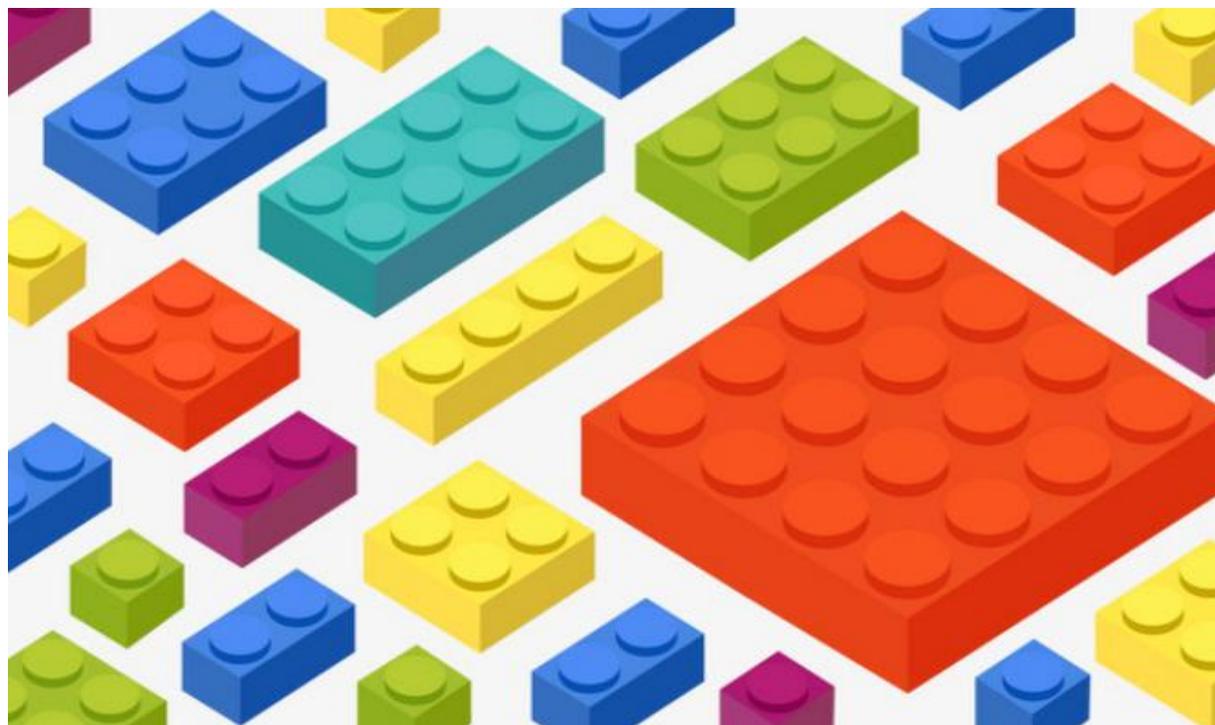
此外，《规划》还表示，要打造上海氢能产业城市群，要发挥好嘉兴、南通、淄博、苏州、鄂尔多斯及宁东能源化工基地等兄弟城市的资源优势，扩大氢能产业“朋友圈”。

同时，为提升长三角区域氢源保障能力，长三角地区将以上海为龙头，联通苏州、南通、宁波、嘉兴、张家港等周边城市，打造氢输运高速示范线路。

为打造集群效应，扩大氢能产业“朋友圈”，上海还将形成“南北两基地、东西三高地”的氢能产业空间布局，深入挖掘西部地区资源优势，打造“西氢东送”的长江氢能走廊。

【参考信息】

乐高确定涨价，你还会买吗？



6月21日，乐高官方正式回应了关于中国地区涨价的通知细节。经乐高客服确认，中国地区涨价将于8月1日生效。

关于涨价幅度以及具体涨价产品等细节，乐高官方并未公布更多内容。新消费日报记者走访上海徐汇多家乐高门店后发现，目前门店已普遍接到涨价通知，诸如“树屋”、“法拉利”、“变形金刚”部分系列以及“钥匙扣IP”系列均已确定涨价。

虽然乐高门店工作人员未能提供产品涨价的详细目录，但她向记者表示，门店预计将有60%的产品会在8月份涨价，且涨价幅度普遍在一百元以上。

“乐高将涨价”的话题登上微博热搜后，网友对此看法不一。有人表示将寻找国产平价替代品牌，有的网友则直接认为“压力给到义乌”，还有的网友表示乐高玩具原本就不便宜，将放弃购买。

门店接到已接到涨价通知

早在6月初，乐高集团就已发表了关于涨价的简短声明。

该声明显示，尽管公司已经主动吸收了部分成本，但依旧难敌原材料和运营成本上涨过快影响，部分玩具套装涨价将在8月和9月生效。目前已规划了公司25%的套装产品将执行涨价，且越复杂的套装涨价幅度越大。

乐高执行涨价的产品大约涉及超100件套装玩具，其中既有已上架的产品也有未上架的产品。

时隔半个多月，在上海徐汇区，数家门店已接到涨价通知，仅有个别非专营店表示，还未接到确切的涨价通知。

乐高专卖店店员向新消费日报记者透露，“树屋”的售价将由1699元涨至2099元，涨幅约19.56%；门店内的钥匙扣（包含绝地武士、唐老鸭、蝙蝠侠等角色塑料公仔）也将由49元统一上涨至59元，涨幅达16.95%；与此同时，“法拉利”、“变形金刚”的部分产品等均将执行上百元的涨价。

非乐高专营店工作人员则表示，虽然未接到涨价通知，但如果涨价，调整幅度大概在10%左右。据记者观察，店内出售的大都为千元以内的儿童玩具套装。

此外，新消费日报记者还注意到，早在2021年，乐高就已在欧洲的部分地区执行涨价，部分商品零售价涨幅在2%~20%。而据媒体报道，9月1日起，在西欧、俄罗斯、东欧、中东等地新一轮涨价将继续生效。

压力给到义乌？

乐高创立于1932年的丹麦，是全球知名的积木玩具制造商，长期与迪士尼、星球大战等全球知名IP合作开发商品。

2021年财报显示，公司商品销售收入548.44亿丹麦克朗（约合人民币519.2亿元），同比增长27%；实现净利润170亿丹麦克朗（约合人民币160.75亿元），同比增长32%。其中，来自亚太地区营收约99.07亿丹麦克朗（约合人民币93.79亿元），同比增长26.09%。

仅从营收角度看，乐高亚太地区营收已是当前国内头部潮玩品牌泡泡马特年营收的2倍多。

全球潮玩市场规模不断上升，预计将在2022年达到346亿美元（约合人民币2314.25亿元）。但国内潮玩行业竞争格局较为分散，数年来，即便出现了泡泡马特、TOP TOY等本土潮玩IP，2021年国内前五家潮玩公司的市场集中度仅为21.4%。

鉴于近年来乐高营收和利润增速迅猛，有不少网友表示，都是塑料积木玩具，义乌或许可以对这一模式进行复制。

塑料积木的成本和品控问题影响了最终的产品品质。由于产品数量多，若无法解决销量问题，则高精度模具设计、塑料生产成本很难回本。同时，大部分加工厂缺乏严格的质量管控流程，残次品不会返工、加工水平不一，使得“小厂”无法复刻“大厂”。

至于有能力解决工艺问题的国内“大厂”，IP则是摆在模仿者面前的巨大“鸿沟”。财报显示，2021年乐高为迪士尼、星球大战等IP支付了44.81亿丹麦克朗（约合人民币42.38亿元），同比增长35.46%。

由于 IP 的不可替代性，本次涨价也被部分观察人士视为“饥饿营销”、“通过涨价吸引消费者扫货”。

值得注意的是，2022 年 6 月，国内首家乐高乐园在上海恢复施工，园内包括 8 大主题游乐区和一套度假酒店，预计将在 2024 年正式对外开放。

截至 2021 年末，乐高全球门店数达 832 家，中国门店数 340 家，占比达 40.86%。而 2021 年新增门店中，有 57.58% 位于中国。

想要了解更多资讯，请关注上海企业竞争力研究中心公众微信：

