

# 建立社会信用体系框架下的 税源管理机制

○ 赵忠良 何 隼 翟景明

税源是政府取得税收收入的来源，其涉及的内容十分宽泛，可以说凡与税收有关的范畴都包括在税源问题之内。当前，税源管理中存在偷逃税款等很多亟待解决的问题，这些问题的产生，与社会信用制度欠缺有很大关系，因此，应通过社会综合治理，建立社会信用体系来规范和加强税源管理。

## 1. 从完善立法入手

税收管理必须有完善的法律作保障，赋予税务机关相应的权力。除正常的管理权和检查权之外，税务机关还应有对企业开设账户、资金往来、对外投资等的知情权。必须通过立法形式明确银行和其他金融机构向税务部门定期提供纳税人开立账户、资金流动等信息的义务。银行部门要加强对纳税人开户的管理和现金使用的管理，严格执行银行法、现金使用管理办法等金融法规制度，严格限制现金交易的额度，超过一定金额的现金提取要问明用途，及时报告税务部门。

建立工商、税务联合同步受理登记制度，明确工商行政管理部门向税务部门提供企业注册登记信息的具体义务。工商部门在办理开业登记时，应先查阅税务部门对开业申请人以前的纳税资信评估信息，看是否有不良记录，对有不良纳税记录者拒绝予以登记，直至其履行完应纳税义务为止，从法律上使有不良记录者在社会上逐渐无立足之地，从而加大违法者的社会成本。

另外，完善税收违法举报制度，设立专项举报奖励基金，奖金比例定为查补税款额的1%—5%，鼓励公民

参与协税护税，形成社会监督网络，加大偷逃税行为被查处的风险；另一方面对查出的案件务必给予严厉的处罚，使偷逃税行为的社会成本和经济成本都远高于其从中取得的收益，从根本上减少偷逃税现象。

同时，尽快制定有关信用体系建设方面的法律制度，如制定联合征信法、信息披露法、信用管理法、个人财产申报制度等，使对企业 and 个人的信用信息收集有一个法律依据，以改变目前建立社会信用体系无法可依的状况。

## 2. 建立统一的纳税人登记代码及其使用管理制度

税务登记是纳税人依法履行纳税义务的第一道程序，也是税务机关对纳税人实施管理的第一道关口，直接关系到以后的税款征收和监督管理。因此，这个环节也是税源管理的最重要环节。税务登记不单是为纳税人登记在册并发放税务登记证而已，更重要的是通过登记，收集整理有关纳税人的基本资料，为以后的征收管理提供可靠的信息，使潜在税源变为现实税源。为此，需要建立和完善全国统一的纳税登记代码制度，对个人和企业法人都由税务机关分配给唯一的纳税代码，并明确该代码的使用范围和管理要求，使该代码与企业、个人的生产经营活动、社会信用等情况相关联，以便建立税收管理信息网络，实现信息共享和系统控制。

该项制度的目标是，能够及时发现未登记纳税人，使应登记的纳税人与实际登记的纳税人之间的差距最小化，解决漏征漏管问题。按照专业化

管理的要求，有必要建立专门的税务登记管理中心，统一负责从外部获取和核实纳税人的基本资料，向内部的下一个征收管理环节提供有效的信息。

## 3. 研究建立纳税信用评估机制，提供一定的社会服务

目前，国家正在努力完善信用制度，上海已率先成立了个人征信有限公司，开始建立个人信用档案，将来可为用户个人、银行、司法、税务、工商等有关部门提供个人信用联合征信服务。通过社会征信，建立和完善企业和个人信用记录体系，为个人和企业建立“信用档案”，使诚实守信者得到社会的信任和尊重，不讲信用者受到应有的惩处。政府除了运用行政、经济、法律的手段进行监管以外，还可以借助中立机构的社会征信、资信评级活动，强化信用基础管理，加强社会监督，建立财产管理制度，以利于获取真实可靠的信息。另外，要推行个人财产申报制度，保证个人征信材料的真实；企业要建立信用管理制度，财务资源和商业行为要通过上市公司报告与信用等级评定向社会公开披露。

作为税务部门，应充分利用这一社会信用信息共享机制，同时，要发挥自己的优势，设立专门机构收集分析纳税人纳税方面的信息，如日常申报纳税情况、税务机关对其历年的检查结果、有无被举报等不良记录，建立纳税人信用评估机制，完善以统一登记代码为基础的纳税人主档案制度，加强对纳税人的跟踪管理，形成管理的合力。

此外,借鉴加拿大、澳大利亚和新西兰等国家的经验,税务部门除了从社会有关部门取得必要的资信信息外,也要发挥自身优势,负责提供一定的社会服务,如为纳税人和银行、工商等部门提供纳税资信证明、代收有关费用等,借以扩大税务部门的影响力,增强人们对依法纳税重要性的认识,形成促进依法纳税的社会激励环境。

#### 4. 规范征信评估中介机构管理

中介机构是社会信用体系的重要组成部分,这些机构本身首先必须遵守诚实守信规则,行为要独立公正,不能向客户提供不准确的信息,作出不公正的评价,不能提供虚假的财务审计报告等等。因此,加强监管,规范中介机构的行为,对维护市场经济秩序是非常重要的。对蓄意出具虚假验资报告、资产评估报告及审计报告、质量认证等的中介机构,要严格按照有关规定追究责任,直至取消其相关执业资格,以严防中介机构与企业合谋欺诈的情况发生。

#### 5. 加强组织协调,实现企业信用监督管理的社会化

要探索建立财政、金融、税务、工商、质量技术监督等有关部门间的联合信用信息征集与信用评价体系。要采取措施支持社会信用服务中介机构收集和汇总中小企业的有关信用信息,充分利用计算机和网络等先进技术和现代化工具,在法律框架内,逐步建立信息的发布、共享和网络化的信用体系,实现企业信用资料的查询、交流及共享的社会化。

当前,税务部门要会同有关部门,在推进中小企业信用体系建设中公布一批重合同、守信用、依法纳税的中小企业,曝光一批拖欠税款及银行贷款的中小企业,发布一批信用担保机构名单,充分发挥舆论监督的力量,提高失信成本。要加强舆论宣传,大力倡导、形成“信用是最重要的资本”的观念,培育良好的社会风气。

(作者单位:深圳市财政局 深圳  
市地税局 中国人民大学)

## 教育领域的市场行为与税收干预

○ 于凌云

### 一、教育产品的分类与市场行为

教育是一种公益事业,也是一种具有较大的正外部效益的混合产品。根据政府公共支出理论和社会经济发展的客观实际,我国教育产品大致可以分为三类:

一是具有纯公共性质的教育产品,如义务教育、基础教育。维持和接受这些教育服务的全部费用应由政府承担,不享受这些教育服务的人也需要为此支付税收成本。

二是具有准公共性质的教育产品。这种教育产品是由政府、企业、社会团体及个人来共同提供经费服务的,如高等院校和成人教育等。这些教育服务的经费部分由政府提供,但与义务教育和基础教育不同,具有一定的排他性,也就是说,一些人享用这些教育服务之后,至少就减少另一些人对这些教育服务的享用。例如,受高等院校的招生名额限制,不是每一个人都能进入本科或研究生层次进行深造,因此它的费用应由政府和非政府部门共同承担。

三是基本具有私人产品性质的教育服务。如职业培训、家教服务等。这些教育服务具有纯私人产品性质,能够使受教育者提高自己的教育收益率,因此具有严格的排他性,而且教育服务的一切费用都由享用这种教育服务的人提供。

从上述分类中可以看出,教育机构的市场行为存在于具有纯私人产品性质的教育服务和部分准公共产品性质的教育服务领域,具有市场行为性质。此外,整个教育领域的市场行为也在很大范围内存在,如校办企业、学生勤工俭学服务、学校固定资产的经营收入、科研成果的市场化等等。

### 二、教育领域市场行为的税收干预的意义

加强对教育领域的市场行为的税收干预,对于合理界定政府的公共支出范围,优化政府资源配置,加强国家税收对宏观经济调控,促进社会经济和社会事业的健康、稳定发展具有重要意义。

