**苏州日化**

2017年第6期 总第136期

2017年6月15日

苏州市日用化学品行业协会 地址：苏州市东大街284号709室

网址：www.szdca.org E-mail：szdcaok@163.com

电话：0512－65244077 65222949 邮编：215002

* 《中华人民共和国网络安全法》6月1日正式实施
* 总理连发五令，兑现全年为企业减负万亿元承诺
* 最严发票令！办公用品发票不能开了，必须买什么开什么！每个报销的人都要看！
* 财政部：化妆品等广告费支出予以税前扣除
* 2016年我国化妆品市场销售特点分析
* 2017年1－3月消费品工业运行总体情况
* 2016年我国洗涤用品零售额同比增长14.1%
* 最新最全现行化妆品基础标准与安全卫生标准 卫生检验方法标准​目录
* 关于批准发布《面膜》等5项化妆品行业标准的通知
* 食药总局关于5批次防晒类化妆品不合格的通告
* 江苏省日化协会 苏州市日化协会与中国美妆小镇签署战略合作协议
* 江苏省日用化学品行业协会副理事长一行走访汕头市化妆品行业协会
* 解析首批中国特色小镇规划
* 隆力奇牵手阿迪达斯全面开拓男士个人护理品市场
* 关于印发《技术创新示范企业认定管理办法（试行）》的通知
* 苏州市经济和信息化委、苏州市财政局关于组织2017年度苏州市级财政专项资金项目申报的通知

《中华人民共和国网络安全法》6月1日正式实施

《中华人民共和国网络安全法》（以下简称《网络安全法》）2017年6月1日起实施。这是全国人民代表大会常务委员会2016年11月7日发布的我国第一部全面规范网络空间安全管理方面问题的基础性法律。

《网络安全法》是为保障网络安全，维护网络空间主权和国家安全、社会公共利益，保护公民、法人和其他组织的合法权益，促进经济社会信息化健康发展而制定，是我国网络空间法治建设的重要里程碑，是依法治网、化解网络风险的法律重器，是让互联网在法治轨道上健康运行的重要保障。

《网络安全法》的实施对我校的教育、科研、管理信息化工作和个人日常工作、生活都将带来深远影响。网络信息中心针对《网络安全法》的内容进行了深入学习，并在网络信息中心主页(http://ustcnet.ustc.edu.cn/ )上采取章节图解的形象化方法进行阐释。

《网络安全法》的重要元素包括对个人信息的保护，强调个人信息及隐私的保护，规范个人信息的收集和使用；提高对网络运营者的安全要求，明确网络运营者的定义及安全要求；对关键信息基础设施保护提出了较高的要求；对个人信息和业务数据传输至境外做了明确限制，要求敏感数据应存储在本地；明确了各项处罚措施，包括暂停业务活动，严重的违法行为将导致停业整顿或吊销执照，处罚金额最高可至100万元。

《网络安全法》实施后，我校的各项信息化工作要参照法律规定，严格执行各项信息安全要求，积极做好安全防护，加强信息保护和数据保密等工作。同时，《网络安全法》为网络与信息安全管理工作提供了切实的法律保障和更高的工作要求。

（综合报道）

查询网址：http://www.szdca.org/policyShow.Asp?ID=189

总理连发五令，兑现全年为企业减负万亿元承诺

“两会”结束不到3个月，李克强总理五次部署减税降费措施，兑现“全年为企业减负万亿元”承诺。

6月7日，总理主持国务院常务会议确定，在今年已出台4批政策减税降费7180亿元的基础上，从今年7月1日起，再推出一批新的降费措施，预计每年可再减轻企业负担2830亿元，合计全年为企业减负超过1万亿元。

“降费举措绝不是光‘出’个文件这么简单，而要真真正正‘落’到基层，让广大企业切实受益。”总理会上强调，“各有关部门都要负起责任、主动作为，让各项减税降费措施落实到位，切实减轻企业负担!”

**持续保持中国的国际竞争力**

今年“两会”记者会上，李克强总理承诺，今年要推进更大力度的减税降费，“减税降费的额度将力争达到1万亿元”。

其后短短3个月，总理连续五次部署减税降费工作。他再三告诫有关部门，要在新一轮全球竞争中树立“抢跑”意识，以实际减负举措，提高中国企业的国际竞争力。

“现在国际竞争异常激烈，不少国家都在酝酿出台减税措施，因此我们必须从全局出发，给企业一个良好稳定的预期，持续保持中国的国际竞争力。”李克强在7日的常务会议上强调。

总理说，日趋激烈的国际竞争对我们既是挑战，又是机遇。各部门要加快降低市场准入门槛、进一步简化办事手续，持续推出减税降费措施，让企业“轻装上阵”。

“中国要全球竞争中立于不败之地，需要各有关部门积极主动作为!”他说，“要让中国持久成为投资发展的热土!”

**决不能让各种取消的收费变个花样重新回来**

“今天定的这些降费措施都是实实在在要‘割肉’的，有关部门你们都‘核’过了吗?能真正落实到位吗?”李克强会上一一“点名”有关部门负责人询问。

总理强调，降费不仅要出台文件，更要打通落实的各个环节。“有些费可能不是中央部门收的，而是下面的厅、局当了‘过路财神’。”总理比喻道，“所以各有关部门要真正下去查，决不能让各种取消的收费变个花样重新回来!”

相关部门负责人一一当场表态：“我们一定抓好落实!”

李克强表示，我们近些年推出的减税降费举措，切实减轻了不少企业的负担。但确实还有一些企业觉得“没感受到”。

“我让有关部门督查后发现，有些中央出台的降费举措，在落实的过程中出现了不少‘弯弯绕’：这项费用看起来减少了，那边新的收费项目却同步增加了，企业是敢怒不敢言!”总理说到这里加重了语气，“各有关部门一定要充分认识到，简政放权、减税降费等举措，是供给侧结构性改革的重要内容，都是激发市场主体活力的重大举措。各部门一定要让各项措施不打折扣地落实到位!”

**要让人民和企业过上“好日子”，政府就要过“紧日子”**

一个月前的一次常务会议上，李克强总理明确要求，地方政府要在年内对外公布涉企收费清单。他在7日的常务会议上提出，国务院主管部门要在7月1日前上网公布中央和地方政府性基金及行政事业性收费目录清单，实现全国“一张网”动态化管理。

“各部门都要担负起自己的责任，从源头上防范涉企乱收费。”总理说，“要给企业给群众一本明明白白的账!”

李克强最后强调，各有关部门要切实从大局出发，进一步“削权割肉”、自我革命。

总理说：“要让人民和企业过上‘好日子’，政府就要过‘紧日子’!”

（来源：中国政府网）

最严发票令！办公用品发票不能开了，

必须买什么开什么！每个报销的人都要看！

2017年5月19日，国家税务总局发布2017年第16号公告，明确：

销售方开具增值税发票时，发票内容应按照实际销售情况如实开具，不得根据购买方要求填开与实际交易不符的内容。销售方开具发票时，通过销售平台系统与增值税发票税控系统后台对接，导入相关信息开票的，系统导入的开票数据内容应与实际交易相符，如不相符应及时修改完善销售平台系统。

虽然是短短的几百字，但是含金量非常大。因为发票是所有中国人都息息相关的内容，这个和之前的打击虚开增值税专用发票不一样，专用发票可能只有财务、业务人员熟悉，其他人员并不关心。

但是增值税普通发票真的可以说关乎每个人，大家出差入住的酒店开的发票，超市购物开具的发票，打车发票。

在此重点提醒一下经常报销的人员和开具发票的会计：

1、7月1日之后原则上是不可以开具办公用品发票的！

道理很简单嘛，买的铅笔就把型号、名称打印出来就好，不能自己选名称了！

2、所有公司的开票系统需要升级！

大家之前在超市购物，去客服中心开发票的时候，都是让你选：办公用品、日用品、食品、劳保等。

以后要求开具发票内容应按照实际销售情况一致，估计很多公司的发票系统需要更新改造，以适应这种税务监管要求。

3、报销越来越透明，也越困难！

很多企业总有一部分支出是无法取得发票的，但是之前发票监管的这个漏洞，很多报销人员就搞些办公用品发票等拿去财务报销，反正也查不出是买的什么办公用品。

但是以后，去超市购物发票按照实际采购内容来开，你准备好了吗？买的蔬菜、水果、肉蛋不能开出办公用品发票了！

**企业该如何应对**

1、抓紧下发通知让大家做好准备！

无论是开发票的公司还是准备开发票的采购人员都要提前预知这个关乎亿万国人的发票通知，财务人员要做好通知和监督，别存在侥幸！

2、以后的办公用品发票成为烫手山芋!

什么时代，造假者总有生存的土壤。连专用发票都敢虚开的时代，虚开张办公用品发票岂不是小菜一碟。

但是一定不要忘记现在是税务大数据监控时代，只要你们公司收受了写有你们公司实名的发票，税务那边通过查询发票流向是很清楚发现你们公司收的这张发票的。

3、税务打击发票违规的力度太强了！

2016年12月税务总局也是发公告，打击虚开增值税专用发票的专门公告。本想税务机关光收网虚开增值税专用发票都需要一段时间，没有想到现在竟然也要严控增值税普通发票的虚开领域了！

可见，从国家层面是非常重视发票违规的，防、控、打，三位一体！

4、纳税人识别号是大数据时代的最强抓手！

企业的纳税人识别号就如同身份证号码一样，所有的涉税事宜都需要。

从7月1日起，企业的发票必须有纳税人识别号才可以作为合法税务凭证。

这意味着基于纳税人识别号为基础的数据系统已经建立，企业的进销存，所有的发票流向在税务大数据系统都是看的很清楚的。

如果看到文章是财务人员或老板，一定要通知大家，7月1日起报销的发票必须要有纳税人识别号才可以报销！

PS：A、这个公告针对的是企业，政府和事业单位没有明确。出于谨慎原则，建议事业单位有税号的还是要写一下。

B、出租车发票、汽车票不用纳税人识别号。

（综合报道）

财政部：化妆品等广告费支出予以税前扣除

财政部今天（6月1日）下发《关于广告费和业务宣传费支出税前扣除政策的通知》，对化妆品制造或销售、医药制造和饮料制造（不含酒类制造）企业发生的广告费和业务宣传费支出，不超过当年销售（营业）收入30%的部分，准予扣除；超过部分，准予在以后纳税年度结转扣除。

通知规定，对签订广告费和业务宣传费分摊协议（简称分摊协议）的关联企业，其中一方发生的不超过当年销售（营业）收入税前扣除限额比例内的广告费和业务宣传费支出可以在本企业扣除，也可以将其中的部分或全部按照分摊协议归集至另一方扣除。另一方在计算本企业广告费和业务宣传费支出企业所得税税前扣除限额时，可将按照上述办法归集至本企业的广告费和业务宣传费不计算在内。

通知规定，烟草企业的烟草广告费和业务宣传费支出，一律不得在计算应纳税所得额时扣除。

通知规定，本通知自2016年1月1日起至2020年12月31日止执行。

（来源：央视新闻客户端）

2016年我国化妆品市场销售特点分析

(一)品质和用户口碑最为重要

总的来说，经过多年积淀形成的对品牌专业性的信赖，是化妆品企业的最重要竞争力。

首先，化妆品作为快消品，回头客的重复购买率是促进销售的业绩保障，因此产品品质和购买过程中包括各方面服务在内的消费口碑成为最重要的因素。在保障产品高质量的基础上，人性化地形成卓越极致的消费体验，口碑效应的导流价值就会逐步体现，从而增加消费群体对品牌的粘性。

其次，以前化妆品行业特别注重营销，即在媒体上铺天盖地的进行广告渗透，但随着现在互联网的发展和信息传播速度的加快，每个个人都是一个可以有很大影响力的“自媒体”，信息对称化和透明化特点突出，这种情况下，宣传做得再好，广告铺得再多，质量和用户口碑跟不上的话，也会被消费者所摒弃。

(二)市场热炒“抗雾霾”功效

中国的环境问题近几年成为广大民众的重点关注事件，面对消费者的焦虑心理，化妆品市场中“抗污染”、“防雾霾”的概念开始被热炒。不仅中小品牌跟进这一细分市场，宝洁、雅诗兰黛、欧莱雅、理肤泉、雅漾、丸美等知名大品牌也纷纷推出抗污染产品系列，如对抗PM2.5、抗雾霾、拒绝雾霾肌等。一方面，这说明化妆品企业对于市场出现的新变化和消费者的新需求响应更快，一个具有潜力的细分市场正被打开，另一方面，国内尚无护肤品抗雾霾相关标准，化妆品企业应基于研发拿出确有功效的产品，而不能沦为概念炒作。根据微信某公众号针对615名消费者的一项调查显示，高达65%的人认为“抗雾霾化妆品没有用，只是个噱头”，要取得消费者的信任，还任重道远。

(三)性价比高的品牌发展提速

在反腐倡廉的大背景下，我国市场中公务消费、送礼消费大幅减少，前几年以护肤品、香水等为代表的高端化妆品市场销售火热的现象得到了冷却，一方面，高端化妆品销售增速的下滑拉低了整体市场的增速，另一方面，消费回归常态，一些面对大众消费者的性价比高的品牌快速发展起来。

此外，除公务消费、送礼消费明显减少，我国高资产的消费者也正在发生变化，表现为由前期的“面子” 、“大牌”炫耀性消费逐渐回归成熟和理性，从其它市场来看，这几年拥有财富的中产阶级及以上消费者对于品牌消费的去LOGO化很明显，转而关注体验性更好并能更好彰显个人风格、气质的品牌，这些品牌相对小众，性价比也更高。

(四)化妆品品牌主打生活方式概念

从整个化妆品市场来看，不管是国际知名化妆品巨头，还是国内大众定位的化妆品集团，推出的品牌不再是以单一产品为主，而是越来越注重全身的护理甚至包括家庭空间香氛的使用，卖点也不再仅仅停留在实际使用功效如增白、祛痘、延缓衰老上，而是给出一种生活方式的概念，以这种整体的生活感觉去打动消费者。近几年，有些化妆品品牌在电商、KA、CS渠道之外，也要开设品牌专卖店，与其说专卖店是销售渠道之一，不如说更充当了品牌展示、体验的旗舰店角色，店铺通过外观、颜色等形象设计，再辅之以品牌故事和品牌文化，赋予品牌情感化的印象和烙印，从而将生活方式和价值观渗透给消费者。

(五)小众品牌增长迅速，挑战传统优势品牌

经过二十多年的市场发展，我国化妆品行业正走向一个转折点，那就是随着消费者基础需求得到满足和消费需求的进一步细分，传统化妆品大牌虽然现有市场份额较大，但增长受到挑战，遭遇发展瓶颈，而个性化、高端、小众品牌更能适应年轻消费者的需求，增长迅速。这在我国市场中表现为一些传统欧美优势大牌如欧雅莱、雅诗兰黛旗下化妆品销售增长放缓，而一些日韩本土品牌通过热播剧、明星网红引导、网络口碑传播等被国内的消费者所认知和热捧，开始进驻国内市场并取得不俗业绩。根据财报，爱茉莉太平洋集团2016年整体销售额同比增长18.3%，而得益于中国市场的快速发展，在除本土以外的亚洲地区销售额同比实现增长38%。

(六)线上销售快速增长

首先，我国消费者越来越倾向于网络购物，消费习惯已经形成，而化妆品是我国在线购物最受欢迎的品类之一，网络购物平台有更多的品牌和更多类型的产品能够满足消费者多样化而又细分的需求。根据星图数据发布的《2016年线上化妆品消费大数据白皮书》，虽然2012年以来化妆品电商增速整体有放缓趋势，但至今仍然保持了两位数的较快增长，且线上市场呈现出高端化的趋势。根据统计，2016年“双十一”当天全网化妆品销售额高达212.4亿元，占全网总销售额的12.0%，而且与往年不同的是，兰蔻、海蓝之谜等外资高端品牌几乎全部都参与了网上销售。 （来源：中国洗涤用品行业信息网）

2017年1－3月消费品工业运行总体情况

一、生产运行总体平稳。消费品工业增加值同比增长7.1%，低于全部工业0.3个百分点。其中，轻工(不含食品)、纺织、食品、医药和烟草等行业分别增长8.4%、5.1%、8.0%、11.0%和0.2%。

二、投资增长相对平稳。消费品工业固定资产投资保持增长。其中，农副食品加工业、食品制造业、纺织业和医药制造业同比分别增长8.8%、0.7%、5.4%和8.1%。

三、重点行业产销率较高。皮革毛皮、羽毛及其制品和制鞋业98%，家具制造业98.1%，造纸及纸制品业96%，体育和娱乐用品制造业98.7%，农副食品加工业96%，食品制造业97.3%，酒和饮料行业97.4%，纺织业98.4%，服装制造业97.8%，化学纤维制造业93.7%，医药制造业95%。

四、出口保持低速增长。消费品工业出口交货值同比增长6.4%，增幅低于全部工业3.9个百分点。其中，轻工(不含食品)、纺织、食品、医药和烟草同比分别增长7.2%、4.1%、6.6%、7.6%和-21%。消费品工业出口交货值占全部工业的31%。(以上数据来自国家统计局或根据其数据整理所得)

（来源：工信部网站）

2016年我国洗涤用品零售额同比增长14.1%

2016年我国洗涤用品市场经历了2015年的显著下滑后，市场销售有明显回升。根据中华全国商业信息中心的统计，2016年全国重点大型零售企业洗涤用品类商品零售额同比增长14.1%，增速相比上年回升14.8个百分点，但仍低于2009-2014年的增长水平。

从月度增速数据来看，除5月、12月等个别月份外，其余月份洗涤用品市场均实现了零售额的两位数同比增长。（数据来源：中华全国商业信息中心）

（来源：中国洗涤用品行业信息网）

查询网址：http://www.ccia-cleaning.org/content/details\_27\_25042.html

最新最全现行化妆品基础标准与安全卫生标准

卫生检验方法标准​目录

**基础标准与安全卫生标准**

|  |  |
| --- | --- |
| GB 5296.3-2008 | 消费品使用说明  化妆品通用标签    　 |
| GB 7916-1987 | 化妆品卫生标准  |
| GB 7916-1987 | 《化妆品卫生标准》第1号修改单 |
| GB 7919-1987 | 化妆品安全性评价程序和方法 |
| GB/T 18670-2002 | 化妆品分类 |
| GB/T 27578-2011 | 化妆品名词术语 |
| QB/T 1684-2015 | 化妆品检验规则    　 |
| QB/T 1685-2006 | 化妆品包装外观要求 |
| QB/T 4256-2011 | 化妆品保湿功效评价指南 |
| JJF 1070-2005 | 定量包装商品净含量计量检验规则 |
| SB/T 10181-1993 | 化妆品商品储藏技术 |

**卫生检验方法标准**

|  |  |
| --- | --- |
| GB/T 7917.1-1987 | 化妆品卫生化学标准检验方法 汞 |
| GB/T 7917.2-1987 | 化妆品卫生化学标准检验方法　砷 |
| GB/T 7917.3-1987 | 化妆品卫生化学标准检验方法　铅 |
| GB/T 7917.4-1987 | 化妆品卫生化学标准检验方法 甲醇 |
| GB/T 7918.1-1987 | 化妆品微生物标准检验方法  总则   |
| GB/T 7918.2-1987 | 化妆品微生物标准检验方法  细菌总数测定 |
| GB/T 7918.3-1987 | 化妆品微生物标准检验方法  粪大肠菌群 |
| GB/T 7918.4-1987 | 化妆品微生物标准检验方法  绿脓杆菌 |
| GB/T 7918.5-1987 | 化妆品微生物标准检验方法  金黄色葡萄球菌 |
| GB 17149.1-1997 | 化妆品皮肤病诊断标准及处理原则  总则   |
| GB 17149.2-1997 | 化妆品接触性皮炎诊断标准及处理原则 |
| GB 17149.3-1997 | 化妆品痤疮诊断标准及处理原则 |
| GB 17149.4-1997 | 化妆品毛发损害诊断标准及处理原则 |
| GB 17149.5-1997 | 化妆品甲损害  诊断标准及处理原则 |
| GB 17149.6-1997 | 化妆品光感性皮炎诊断标准及处理原则 |
| GB 17149.7-1997 | 化妆品皮肤色素异常诊断标准及处理原则 |

（来源：化妆品行业传媒网）

关于批准发布《面膜》

等5项化妆品行业标准的通知

根据2017年4月12日中华人民共和国工业和信息化部公告2017年第14号，工业和信息化部批准《面膜》等5项行业标准（标准编号、名称、主要内容及实施日期见附件），现予公布。

**5项行业标准编号、名称、主要内容等一览表**



食药总局关于5批次防晒类化妆品不合格的通告

2017年第80号

经辽宁省药品检验检测院、黑龙江省食品药品检验检测所和吉林省食品检验所检验，标示为托尼魅力化妆品（深圳）有限公司、广州澳希亚实业有限公司等5家企业代理（生产）的5批次防晒类化妆品不合格（见附件）。现将有关情况通告如下：

一、涉及的标示代理（生产）企业、不合格产品为：托尼魅力化妆品（深圳）有限公司代理的托尼魅力细腻清爽防晒霜（进口国韩国）；广州澳希亚实业有限公司代理的赫拉水透亲肤防晒液（进口国澳大利亚）；深圳市绿馨颜日用化妆品有限公司生产的柏氏轻透隔离防晒乳（自然色）；佛山市南海区黄岐嘉纯生物工程有限公司生产的美健丽防晒霜；天津盛世永业科技发展有限公司生产的十月天使盈润清透防晒液。

二、上述产品的代理（生产）企业违反了《化妆品卫生监督条例》《化妆品标识管理规定》等相关法规的规定。天津市和广东省食品药品监督管理局正在对相关企业进行核查。国家食品药品监督管理总局要求所有化妆品经营企业对上述产品一律停止销售；相关省（市）食品药品监督管理局核实后依法督促相关代理（生产）企业对已上市销售相关产品及时采取召回等措施，立案调查，依法严肃处理，并及时公开相关信息；对仅标识不符合规定的产品，责令相关代理（生产）企业限期改正后可继续上市销售；对涉嫌假冒的产品，要深查深究相关经营企业的进货渠道，严厉打击制售假冒伪劣化妆品行为，涉嫌犯罪的依法移交公安机关。相关省（市）食品药品监督管理局于2017年6月16日前将查处情况报国家食品药品监督管理总局。

附件：5批次不合格防晒类化妆品信息（略）

 食品药品监管总局
 2017年5月19日

查询网址：http://www.sda.gov.cn/WS01/CL1753/172938.html

江苏省日化协会 苏州市日化协会

与中国美妆小镇签署战略合作协议



 2017年6月14日

江苏省日用化学品行业协会副理事长

一行走访汕头市化妆品行业协会

2017年6月7日，江苏省日用化学品行业协会李君图副理事长及吴国炎秘书长来我会参观交流。我会张义强会长、张磊副会长及赵虹秘书长出席接待。

座谈会上，张会长对本土化妆品企业的发展历程进行了简要介绍，并表示汕头市化妆品行业协会一直秉承“服务、实效、引导、创新”的宗旨，夯实工作，发挥桥梁与纽带作用，沟通企业与政府的联系，促进企业的技术进步和经济的转型创新发展。协会十年走过来来之不易，要撑起民族品牌，把原始和根基，和消费者做好有效的沟通与对接，要促使消费者产品重复购买的欲望的提升，民族品牌才有未来。我们需要学习，需要创新，更需要行业互动。

江苏省日用化学品行业协会李君图副理事长（同时任苏州日用化学品行业协会会长）对江苏省的日化行业情况进行了简要介绍。李总对去我协会的工作表示肯定，他指出，汕头是化妆品产业的前沿阵地，发展比较早，占广东省，甚至全国，比重都比较大。两协会间互补性强，应多加强互动交流。

江苏省日用化学品行业协会吴国炎秘书长（同时任苏州日用化学品行业协会秘书长）介绍了协会的成立背景，企业规模及近年来协会的一些重要工作，并热情邀请协会参加今年11月在苏州举办的五省一市日化行业联合会议。

通过本次活动，我会与江苏省日用化学品行业协会敦睦友好协会间的感情，共叙和谐发展。双方对此次活动都表示受益匪浅，望今后能够继续加强交流合作，加深友谊，互通有无，以此共谋发展、实现互利共赢。

（来源：汕头市化妆品行业协会）

解析首批中国特色小镇规划

2016年下半年，特色小镇成为风口！7月住建部、发展改革委、财政部联合发布的《关于开展特色小镇培育工作的通知》中提到，2020年前，将培育1000个各具特色、富有活力的特色小镇。10月中旬，住房城乡建设部公布了首批127个中国特色小镇。名单中，浙江省有8个；其次山东省、江苏省、四川省有7个；广东省6个；安徽省、福建省、湖北省、湖南省、贵州省、陕西省分别有5个；河北省、辽宁省、江西省、河南省、广西壮族自治区、重庆市有4个；北京市、上海市、山西省、内蒙古自治区、吉林省、黑龙江省、云南省、甘肃省、新疆维吾尔自治区有3个；西藏自治区、青海省、宁夏回族自治区有2个；新疆生产建设兵团1个。10月31日,国家发改委发布《关于加快美丽特色小(城)镇建设的指导意见》，特色小(城)镇建设的具体指导性意见也已出炉。

**为什么要培育特色小镇？**

国家发改委城市和小城镇改革发展中心总规划师、规划院院长沈迟指出：培育特色小镇的主要目的是为了促进有条件的镇更好地发展。由于一些体制机制的限制，不利于一些小镇参与到市场化竞争中，因此挖掘一些有潜力、有特色的小镇，通过一些产业的发展不仅可以带动经济的发展也可以吸纳小镇周边一部分农村劳动力就业。

沈迟表示，不单单是为了好听的名声简单地“戴帽子”，特色小镇的培育是带有实质性资源倾斜的，比如在专项建设基金等方面有关部门都会给予支持。

国家发改委发展改革试点处副处长郑明媚认为：特色小镇的建设和城镇化的发展相关联，同时也是统筹城乡发展的重要载体。

郑明媚指出，目前一些超大城市人口过于集中，出现了“城市病”，同时居住成本也非常高，因此小城镇的发展不仅可以吸纳周边人口，居住成本也相对低，当地发挥小城镇的资源优势将这些城镇发展起来，在功能方面的作用不可替代。

住建部村镇司司长张学勤此前表示：培育特色小镇，主要是打造特色鲜明的产业形态，和谐宜居的美丽环境，彰显特色的传统文化，提供便捷完善的设施服务，建设充满活力的体制机制。

**什么是特色小镇？**

国家发展改革委城市和小城镇改革发展中心学术委员会秘书长冯奎：特色小镇这个概念最早是从浙江讨论起来的，按我们对浙江特色小镇的理解，它是一个发展空间平台，融合产业、城市、人文、景观、旅游等多种功能于一体，形成令人向往的优美风景、宜居环境和创业氛围。浙江的这类特色小镇非镇非区，面积不大，多数在1到3平方公里之间。

无论是特色小镇，还是特色小城镇，“特”是灵魂，究竟是镇不是镇，这并不重要。实际上，相关文件中，既包括浙江这样的特色小镇，也包括特色化发展的建制型小城镇。这样做的一个逻辑是，中国幅员极其广大，各地发展差异极其显著。浙江可以发展此类特色小镇，但中西部许多地方可能还是得依靠原有的建制镇来发展。于是有关部委出台了一个综合性的政策，将特色小镇与特色小城镇都包容在里面。

**特色小镇的“特色”如何体现？**

国家发展改革委城市和小城镇改革发展中心学术委员会秘书长冯奎：这个“特”字，体现在特色产业、特色人文和特色景观上。从产业上来讲，如果一定要有定量标准，按经验来看，主体企业、主体产业或主体产品，起码应占四五成或以上份额。从人文或景观上讲，要有体现当地历史文化的建筑、活动场景等。浙江等地还规定，特色小镇都要建成3A级以上景区，旅游类特色小镇按照5A级景区标准建设。

从各地来看，特色小镇有一部分是长时间演变而来，也有一部分是近两年各种政策条件催生。有的自下而上，开始不显眼，后来影响力慢慢增大；有的自上而下，先戴了个国家或省市“帽子”，然后发展速度越来越快。

从成功的模式来看，都是自下而上与自上而下二者相结合。防止一哄而上，要兼顾了自下而上与自上而下，兼顾历史的自然演进与人工的培育催生，兼顾市场的决定作用与政府的外力推动。但从过去看，往往偏重于自上而下、政府培育、和外力推动，这就容易造成一哄而上，要警惕这种可能性。

**如何解决特色小镇建设资金？**

国家发展改革委城市和小城镇改革发展中心学术委员会秘书长冯奎：特色小镇的开发模式主要有土地一级开发、二级房产开发、产业以及产业链项目开发、小城镇综合开发等等模式。相应地，也有不同的资金供给模式。特色小镇的资金，应以企业为主体，政府提供政策供给、规划引导、审批服务等方面的支持，最大限度地优化资金环境，提高企业的积极性。当前一些地方成立特色小镇发展基金，有助于解决特色小镇的资金问题。同时，PPP模式是实现各方面长期利益的一种可能性安排，应该进行积极尝试。

**如何防止泛地产化？**

一些地产企业热炒“小镇”概念，如何防止特色小镇建设的泛地产化，实现长久发展？

国家发展改革委城市和小城镇改革发展中心学术委员会秘书长冯奎：可能会有地产企业摇身一变，成了特色小镇运营商。这是好事，说明特色小镇有生命力；也是坏事，鱼目混珠的现象必然发生。政策层面如何克服这种现象呢？

一是政府部门要理性。政府冷静下来，这是前提，不能头脑发热，刮风搞形象工程。值得警惕的是，有的地方政府与企业相互迎合，共同热炒和包装特色小镇，这将使得地方产生新的大量库存。

二是要加强对特色小镇的规划审批。很多企业只会造概念，什么也造不出来，如果将产、城、人、文、景、旅这些标准对照审核，必然要打退堂鼓。

三是从政策实施策略上看，要执行严格的事后评估倒逼机制。新近一些地方，开始用创建制代替审批制。例如，浙江考核过程中，土地要素方面，对如期完成年度规划目标任务的，省里按实际使用指标的50%或60%给予配套奖励，对3年内未达到规划目标任务的，加倍倒扣省奖励的用地指标。一些省市则提出“宽进严出”，要建立特色小镇的退出机制，对考核不合格的地方“摘牌”。

四是从政策支持的主要对象来看，不要单一支持地产开发，要支持各类型的企业，尤其是中小型企业、创新型企业。力促这些中小企业以群体的面目登上发展的大舞台。

这些策略手段，能够避免“争个帽子睡大觉”的旧风气，也对政策制定者、执行者提出了长线管理、过程管理的新要求。

（综合报道）

查询网址：http://mp.weixin.qq.com/s/h0I5FGLBnGU9Gz6oSTjUpg

本刊注：苏州市吴中区甪直镇、苏州市吴江区震泽镇上榜《第一批中国特色小镇名单》。

隆力奇牵手阿迪达斯全面开拓男士个人护理品市场

“春至花如锦，夏近叶成帷”在这个热情洋溢的季节，隆力奇与科蒂集团（Coty）旗下第1运动品牌阿迪达斯男士个人护理品签订战略合作协议。隆力奇与科蒂集团强强联合全面开拓阿迪达斯男士个人护理品市场。

据悉，科蒂集团由FrancoisCOTY于1904年在法国巴黎创立，并于2013年6月在美国纽交所成功上市，是全球最大的香水公司，也是全球美容界公认的领导厂商。2016年前三个季度，科蒂集团营收额达到54.09亿美元。在创业精神、激情、创新以及创造力的推动下，科蒂集团已经开发出无与伦比的产品组合，旗下包括Calvin Klein,Chloe, Davidoff, Marc Jacobs, OPI, Philosophy, Playboy, Rimmel , Sally Hansen,Adidas, MF, BJS等近50个品牌，为全球90个市场的消费者提供创新产品。

阿迪达斯来自德国，是世界第二大体育用品公司，2012年阿迪达斯成功入选全球可持续发展百强企业，旗下拥有三大系列，分别是运动表现系列performance（三条纹）、运动传统系列originals（三叶草）和运动时尚系列style（圆球型LOGO）。1948年adidas品牌正式注册成立，品牌以创办人阿道夫·阿迪·达斯勒（Adolf Adi Dassler）命名。

1984年, 科蒂与阿迪达斯母牌签定协议，阿迪达斯个人护理品作为科蒂大众品部的第1品牌推出市场，目前已拥有5大品类近900个SKU，产品已覆盖90多个国际市场。

隆力奇作为中国民族日化的领军品牌，不断汲取全球智慧，推动科研创新，通过全球八大科研机构的建立为隆力奇产品结构和科技含量的进一步升级，为品牌的创新注入了活力。自2015年11月20日，德国工业4.0中国首家试点项目在隆力奇启动，公司的智能化生产车间、自动原料仓库展示、自动配送系统等得到了政府部门、同行、客户等社会各界的高度赞赏，尤其是世界500强中的日化巨头，纷纷选择与隆力奇进行合作。

隆力奇董事长徐之伟表示，阿迪达斯具有强大的品牌优势和国际知名度，而隆力奇成立于1986年，具有丰富的渠道资源和供应链优势，包括商超渠道、直销渠道、电子商务、OEM\ODM等，经过31年的发展，已成为中国目前规模和技术力量领先的日化产品、养生保健品的研究、开发和产销基地。本次是初步合作，未来会多角度、多方位进行品牌战略合作，加强品牌资源共享、供应链资源共享以及管理经验共享，相信通过此次强强联合，一定能够加强双方的品牌影响力，为民族品牌和国际品牌的腾飞插上翅膀，实现双方互利共赢！

（来源：隆力奇公众号）

关于印发《技术创新示范企业认定

管理办法（试行）》的通知

工信部联科〔2010〕540号

各省、自治区、直辖市、计划单列市及新疆生产建设兵团工业和信息化主管部门、财政厅（局）：

为深入贯彻中央关于建设创新型国家的战略部署，落实国家中长期科技发展规划纲要任务要求，促进和完善以企业为主体、市场为导向、产学研相结合的技术创新体系的建设，鼓励工业企业开展技术创新，增强企业的核心竞争力，加快转变经济发展方式，工业和信息化部和财政部决定联合组织开展“技术创新示范企业”认定工作，现将《技术创新示范企业认定管理办法（试行）》印发给你们，请遵照执行。

附件： 技术创新示范企业认定管理办法（试行）（略）

 工业和信息化部  财政部

 二〇一〇年九月十三日

查询网址：http://www.miit.gov.cn/n973401/n1234636/n1234637/c5506316/content.html

苏州市经济和信息化委、苏州市财政局

关于组织2017年度苏州市级财政专项

资金项目申报的通知

各区经济和信息化主管部门、财政局，各有关单位：

为深入贯彻落实市委、市政府关于打造苏州工业经济升级版的决策部署，进一步发挥财政资金的引导和杠杆作用，着力推动工业和信息产业转型升级，依据《苏州市市级财政专项资金管理办法》等有关规定，现发布《2017年度苏州市级财政专项资金项目申报指南》，并就项目组织申报有关事项通知如下：

一、支持重点领域

2017年专项资金根据国家、江苏省产业政策和市委、市政府对工业和信息化发展的总体部署，围绕打造苏州工业经济升级版、节能减排、信息化建设等重点任务进行安排。详细内容见附件《2017年度苏州市级财政专项资金项目申报指南》（以下简称《申报指南》）。

二、组织申报事项

（一）2017年执行网上申报。申报单位通过“苏州市财政专项资金信息管理系统”(打开苏州市经济和信息化委员会门户网站http://www.szeic.gov.cn，点击首页“项目申报服务系统”进入)申报。

（二）申报单位应符合下列条件：

1、在苏州市区范围内注册，有独立的法人资格；2、具有健全的财务管理机构和制度；3、信用良好且无违法记录；4、《申报指南》明确的具体条件。

（三）同一项目不得多头重复申报。同一单位原则上选择一项进行申报，已获项目扶持的单位，未按要求办理竣工验收之前，不得申报项目。

（四）申报项目按属地化原则上报，项目所在区经信部门应会同财政部门对申报材料按本通知要求进行严格初审，择优推荐。申报单位及初审部门对申报材料的准确性与真实性负责。

（五）申报单位在网上提交申请后，应按《申报指南》要求提供纸质版材料，经企业所在地经信部门和财政局审核、汇总、盖章后，报送至市经信委相关职能处室。书面申报和网上申报的内容必须完全一致。

（六）对于需提供发票数量较多的项目，网上申报时只需提供发票目录，但纸质版申报材料中需按要求附发票复印件。

（七）企业向所在地经信部门提交项目申报材料（网上提交、纸质版）**截止时间为6月30日，所在地经信部门向市经信委相关职能处室提交项目申报材料截止时间为7月15日。**

三、具体工作要求

（一）加强项目组织。各地经信、财政部门要进一步开拓工作视野，创新告示方法和渠道，确保区域内全社会企业的知情权和知情覆盖面；同时，深入开展调研，结合本地区产业基础和发展重点，认真分析研究产业发展需求，加大工作力度，组织推荐重点项目。

（二）严格规范程序。各地要完善和规范申报项目推荐程序，科学公正地组织本地区的项目申报。要充分发挥纪检监察机构的作用，加强对项目组织申报全过程的监察，确保项目推荐程序的公正性和操作过程规范化。

（三）严禁弄虚作假。各地要切实负起责任，按照《项目指南》严格把关。对弄虚作假等不良行为，一经查实，将按相关管理办法严肃处理。

附件：2017年度苏州市级财政专项资金项目申报指南（略）

（来源：苏州市经信委门户网站）

查询网址：http://www.szetc.gov.cn/szjxw/InfoDetail/?InfoID=0ec4bba2-5fe5-4578-90b4-c8f68a69bd28&CategoryNum=007