

隔天推一个新功能 服务借鉴“网购”特色 上海“一网通办”背后的“互联网思维”

■劳动报记者 陈宁 摄影 王陆杰



车子要付罚单,点开手机,银联、支付宝多支持;“亮”出电子证,线下办事无须出示身份证、居住证、营业执照等证照原件……

这些原本需要自己跑腿,带上一大堆证件,花费数个工作日才能办理的业务,如今在上海已经切换为“足不出户”模式。

这些年来,通过长期推进行政审批制度改革,上海市民、企业的办事流程已经得到了很大程度的简化,时限也已大大缩短。2018年初,上海市升级“一门一窗服务”,推出“一网通办”,采用线上办事为主、线下办事为辅的服务新模式,简化企业、群众办事环节,优化服务流程,提升办事效率。“虽然实现了‘能办’,但对企业、群众来说是不是‘好办’‘愿办’,还需要‘一网通办’不断优化升级。”上海大数据中心应用开发部项目负责人,从上海发展“智慧政务”初期就参与其中,在他看来,“一网通办”之所以成为上海招牌,从中心运营、创新改革到项目执行,无一不体现出“互联网思维”。

政务部门“跑”出上市企业节奏

完善数据的互联互通。“一网通办”建立在数据完整和数据互通的基础之上,虽然上海在很早以前就建成了法人、人口以及空间地理三大基础数据库,并于2010年在“中国上海”门户网站开通了上海市网上政务服务大厅,各部门的自身信息化程度较高,但是彼此间的数据互联共享仍处在“割裂”状态。为打破信息壁垒,2018年,上海市大数据中心成立,



负责“一网通办”具体实施推进,统一组织和负责上海市的公共数据归集、整合、共享、开放和应用管理。

大数据中心位于静安区寿阳路上,周围高楼大厦四起,其中不乏实力雄厚的上市企业。“常常会有人把我们也错当上市公司,跑过来看。”自大数据中心成立以来,团队每天的状态只有两个字“忙碌”,为此,中心食堂干脆也供应起晚餐。在位于三楼的办公室墙上,贴着一张数据共享交换平台项目进度表,8月份每一天的任务都被排得满满当当,在已经“攻克”的项目前贴上一面小红旗,是中心员工眼中可以松口气的时刻。

“我们内部有句玩笑话,‘一网通办’这个平台就像一个彩蛋机,隔两天就会创造一个‘惊喜’。”中心团队已经记不清,去年

至今,平台更新了多少次版本。“上百次吧,太多了。”在“一网通办”中,“通”是重点和难点,也是提升用户体验的核心关键环节。要实现业务通,前提是数据通。尽管在推动“互联网+政务服务”方面,上海各部门的信息化程度虽然较高,但此前横向的部门之间处于“割裂”状态。“各部门自建机房,自买服务器设备,一栋楼里十几个单位,就会有十几个机房。”上述项目负责人直言。

而依托电子政务云,推进各部门信息系统上云迁移,实现数据归集和物理集中存储,是实现上海公共数据集中统一管理的前提和基础。要实现上海政务服务的这一“互联网思维”,也考验着中心团队的专业能力。据了解,大数据中心的核心员工有70名,平均年龄39岁,他们大部分来自上海各个政务部门,对接、沟通、观

察各个部门的需求,就成了他们的工作。

2019年,上海的公共数据全量归集工作涉及党政机关、人大、政协、法院、检察院等150多个预算主管部门一千多个信息系统的上云迁移,涵盖了各部门的关键核心业务系统。

90%审批事项实现“只跑一次、一次办成”

“政务服务要像网购一样便捷。”这是上海推行“一网通办”以来一直追求的目标,也最能体现“互联网思维”。

“网购”的特色之一就是简单、方便,如今不少老人都能熟练地自己在淘宝下单购物了,他们操作“一网通办”,能不能也这么轻轻松松?去年7月,“一网通办”总门户上线试运行,办事人只需

“一门登录”,就可以办理超过1400个服务事项,除了行政权力事项外,还有“水电气”等公共服务。手机端APP“随申办”也提供了包括养老金、医保金、公积金、纳税查询、信用报告、健康档案、交通违法记录、公用事业费用缴纳服务,实现了办事预约的全覆盖,通过其电子“亮证”功能,市民线下办事时甚至可以无须出示身份证、居住证、营业执照等证照原件。随着“一网通办”框架体系基本建成,政务服务能力不断增强,总门户用户数量已超过960万,“办事不排队,缴费扫一扫”“电子证照让您轻装办事”等项目受到市民欢迎,群众和企业的使用率、好评度不断提升。

政务服务的提速增效,并不仅仅是一个技术问题,高效办成一件事,也不是“一网通办”的全部目标。更深层的意义,是要以前台的服务升级,倒逼后台的流程再造,重构政府部门办事跨部门、跨区域、跨层级的业务流程。大数据中心的成立,就是实现从“群众跑腿”到“数据跑路”的转变。“这是一项越做越多、越做越难的工作。”这更加考验政府部门刀刃向内的决心。

启用“好差评” 摆脱单位“内部评价”

8月5日,“一网通办”开通“好差评”通道,希望借助市民力量提升用户体验。对政务服务进行评价,并不算新鲜事。上海“好差评”制度的特别之处在于,评价结果是公开的,所有用户在网上可以直接看到,这就使得“好差评”摆脱了单位“内部评价”的传统路径。记者采访了解到,这项工作启动之初,邀请了“大众点评”方面参与出谋划策,真正从群众视角评价政府工作。

“通过‘好差评’制度,发现政务服务存在的问题是基础,改进工作是核心。”上述项目负责人表示。

“网红奶茶”配方网上有售?

喜茶等售价数十元至上百元 业内人士称均系“假冒”

本报讯 (劳动报记者 陆燕婷)夏日,一杯冰咖啡或是冰奶茶,是时下年轻职工的消暑乐趣。然而近日在网购平台上,年轻职工爱喝的喜茶、Coco、奈雪的茶、鹿角巷、一点点奶茶配方被公开售卖。这些网售秘方售价从数十元至数百元不等,品牌业内人士辟谣称网上所卖的配方均系“假冒”。

卖配方还包免费更新

记者在网购平台输入“奶茶配方”字样,信息多达上百页。这些写有“夏季冷饮制作技巧”“网红奶茶视频”“配方教程”内容的信息,平均单条的零售价从数十元到数百元不等。

一家在网上销售的奶茶配方零售价约为199元。店家称,自家所出售的配方和店里一模一样,可供销售,包括“奶茶、奶盖,星空饮料,烧仙草,水果茶,可可,抹茶,美乐多”等最新的网红饮品,和各种饮品。店家告诉记者,如果

拍下会发出数份快递,包括Coco、一点点、鹿角巷、奈雪、喜茶的配方,其中包括了这些品牌的全店配方,以及开店的设备采购单、原料单,视频发放到邮箱里。看纸张配方、搭配视频教学,就能学会。店家表示,售后可对新品长期免费更新。

同样宣称是“奈雪的茶”全套原版内部奶茶配方,另一家网店所标注的价格高达380元。记者注意到,根据店家提示,出售6种特色服务,包括品牌奶茶的内部原版配方、门店师傅技术指导、操作小视频、提供原料品牌和进货渠道,还可以长期免费更新及技术指导,此外原料拍摄有原图和保证口味。

“傍名牌”称口味逼真

记者注意到,这些网售的配方销量还不少,部分店家的配方月销量在一千笔以上。配方资料卖给谁?店家称一部分买家是想自己在家做一杯冷饮,还有一部

分是开奶茶店的商家,想在口味和品种上靠近“网红”奶茶。

从售后评价来看,购买者对这些“配方”评价不一。有买家表示,分别收到了纸制版和电子版,这些贴上名牌标签的奶茶配方看上去还不错。也有买家表示,配方很完整,省了几十万的加盟费。有消费者称制作步骤清晰明了,比外卖普通的奶茶店味道不差。不过,也有买家称试做后口味“一般”。

网售配方实际为“假冒”

对于网售的配方,多家奶茶品牌回复,称所谓的“内部企业配方”均为“假冒”。记者了解到,在上海开一家奶茶店或许并没有那么简单,除了相关证照需要齐备外,还需要缴纳数十万元甚至更高的加盟费,而品牌奶茶常常不能够“单店加盟”而只能“片区加盟”,其加盟费用颇高。在加盟商支付一定加盟费用后,品牌方才会提供制作设备和配方。

上半年减税降费931.3亿元

个人所得税改革红利全面释放

本报讯 (劳动报记者 邵未未)2016年至2018年期间,上海三轮措施累计为实体经济减负超过3000亿元。2019年,本市统筹提出七方面15项减负举措。最新数据显示,截至目前,据税务部门统计,本市上半年已累计新增减税降费931.3亿元,减负措施成效显著。

具体来看,小微企业多税种联动普惠性减税成效显著。从企业所得税来看,小型微利企业所得税应纳税所得额100万元以内实际税负仅为5%,超过100万元但不超过300万元部分实际税负仅为10%,同时放宽了资产总额、职工人数等标准规定,适用的企业范围进一步扩大;从增值税来看,小规模纳税人享受免征增值税优惠的月度销售额提高到10万元;从地方税费来看,增值税小规模纳税人可按50%的幅度减征城市维护建设税、房产税、城镇土地使用税等“六税两费”。

上半年,小微企业普惠性减税政策新增减税59.2亿元,其中民营(含个体经济)减免税额为

45.6亿元,占全部小微普惠性政策减免税额的76.9%,进一步降低小微企业经营成本,增强企业抵御经济风险的能力。

深化增值税改革为企业发展注入新动能、新活力。将原16%的增值税税率降为13%,原10%的增值税率降为9%,同时在部分生产性、生活性服务业实行进项税额加计扣除,对符合条件的企业实施增值税留抵退税。本次增值税改革大幅度降低了各行业的增值税税负水平。

此外,个人所得税改革红利全面释放。个人所得税分两步走改革顺利推进落实到位,在去年10月份实施调增税前扣除额(即“提高起征点”),调整税率结构等政策基础上,今年进一步推进落实六项专项附加扣除政策,纳税人可按规定扣除赡养老人、子女教育、住房支出等项目。中低收入者个税负担降幅最为明显,月收入在2万元以下的纳税人税负可降低50%以上。可支配收入提高,消费能力增强,对进一步激发内需、提振信心具有积极意义。