

全国政协委员
陶然集团董事长
严琦

从5张桌子白手起家的小餐馆,到年销售额超过25亿元的大型民营企业。全国政协委员、重庆陶然集团董事长严琦以一道“辣子田螺”,将陶然居发展成为囊括餐饮、生态养殖、早餐快餐冷链物流配送、连锁经营、休闲旅游、幸福美丽乡村建设、古镇院落式特色酒店、餐饮职业培训学校、能源、金融投资的餐饮集团。

今年全国“两会”,严琦再一次带来近10个提案,从餐饮企业经营管理,到大学生创业;从餐饮文化推广,到食品安全量化管理;从青少年发展,到留守儿童教育……针对餐饮业,严琦在她的提案中提出了中餐“走出去”、加强餐饮业食品安全监管、降低餐饮业刷卡手续费,以及制定餐饮业“营改增”税收政策等建议。在严琦看来,缺乏政策引导,餐饮企业的规范化发展,乃至对外扩张、走向国际市场都受到了一定的影响。

受宏观经济影响,餐饮业面对的成本压力越来越大。居高不下的税费压力让餐饮企业叫苦不迭。当下的餐饮业正在经历新一轮结构调整,为了更好地完成餐饮业转型,严琦希望通过政策的变革和调整,尽快让餐饮企业步入下一个黄金时代。



严琦： 细化食品安全监管执行

·商报访谈·

餐饮业转型呼吁战略引导

量化分级要精细化执行

今年“两会”,严琦的提案中提到了中餐“走出去”、加强餐饮业食品安全监管、降低餐饮业刷卡手续费、制定餐饮业“营改增”税收政策等建议。据北京商报记者了解,降低刷卡手续费和制定餐饮业“营改增”税收政策两项内容,是多位餐饮业政协委员普遍关注的问题。

2012年,国家食药监总局出台《关于实施餐饮服务食品安全量化分级管理工作的指导意见》(以下简称“指导意见”),为餐饮服务食品安全量化分级管理制度的落实提供了明确的制度保障。但严琦表示,该指导意见还有部分不足,在执行上还需要进一步完善落实。

严琦的提案中明确提到,指导意见的社会知晓度不够,量化分级对餐饮企业经营的约束力还不够强。资料显示,餐饮企业量化分级是监管部门对餐饮服务单位食品安全管理状况、动态检查和年度监督检查结果的评定。按照要求,餐饮服务食品安全等级公示牌应摆放、悬挂、张贴在餐饮服务单位门口、大厅等显著位置,严禁涂改、遮盖。

严琦表示,该量化分级评定结果在消费者中的影响尚未体现出来,很多消费者并不因为公布的分级而产生选择偏好。甚至有餐饮企业不挂或是将量化分级的内容置于并不醒目的地方,但对这些行为,相应的监督和处罚力度并没有跟上。

餐企税费制度亟须改革

严琦表示,受宏观经济影响,餐饮业面对的成本压力越来越大。当下的餐饮业正在经历新一轮结构调整,为了更好地完成餐饮业转型,迎接餐饮行业下一个黄金时代,建议制定转型引导政策打基础。

对于引导餐饮企业转型政策制定的建议,严琦首先呼吁降低餐饮企业的税费负

担。一直以来,居高不下的税费压力让餐饮企业叫苦不迭。中国烹饪协会调查数据显示,税费最高时,能占餐饮业营业额的40%。据不完全统计,当前餐饮企业需要缴纳的各种收费项目高达46种,其中税种有11项。

严琦建议,在符合国家税收政策的前提下,对餐饮企业按照年度营业税的一定比例给予一次性补助。此外,严琦从房产税、城镇土地使用税、污水排放费、电费、银行卡刷卡手续费等方面,都提出了针对性的建议。

此外,严琦还提出,应该完善餐饮行业社会保险征缴政策。对餐饮企业吸纳下岗职工和农民工就业达到一定比例的,按照规定缴纳社保后,由市政按照比例给予一定返还。或制定定额标准,在规定期限内,按实际招用人数予以定额依次扣减营业税、城市维护建设税、教育费附加和企业所得税的优惠。

文化项目提升中餐软实力

在有关餐饮业的提案中,严琦还呼吁建立中华饮食文化博物馆。严琦表示,饮食文化是一个国家和民族物质文明和精神文明发展的标尺,也是国家软实力建设的重要组成部分。

在严琦看来,中国有着悠久的饮食文化,考古的发现极大地丰富了我们对于中华饮食文化的认识。在全球化时代背景下,中餐、火锅已经成为国家名片,海外城镇里中国餐馆与外卖店遍地开花。但截至目前,尚未有一个全国性的饮食博物馆对中国饮食文化进行全面展示。

对于中华饮食文化博物馆的建立,严琦重点强调,兴建博物馆前期需要反复通过各方专家的论证,以一流专家学者来制定方案,整合业界及更广泛领域的各方专家意见,才能将中华饮食文化完美呈现。同时,此博物馆可以承担牵头联系地方、企业饮食文化博物馆的职能,组织各地饮食文化博物馆定期交流。

北京商报记者 贺陈慧

·委员声音·

中餐“走出去”仍需政策护航

中餐“走出去”还需要更多的政策扶持。在严琦看来,目前,中餐进行的“走出去”活动,大都是依靠民间自发行动并由行业组织自行筹措资金完成的,尚未形成国家战略。所以有部分影响较大的活动由于没有得到政府的支持或资金支持而未能举办,对推动中餐“走出去”造成了一定影响。

与中餐海外推广不同的是,很多国家都成立专门的美食推广机构,列支专门的推广经费。我们的亚洲近邻日本和韩国在推广本国饮食文化方面可谓不遗余力。以前知名度极低的泰国菜、越南菜等亚洲餐饮,最近几年也在本国政府的重视和推广下进入国际市场,占领了欧美等地区中餐的市场份额。中餐在国际上的推广还有很多工作要做。

严琦认为,中华饮食文化源远流长,中华饮食以食物广谱、精工巧作、粗粮细作、合理搭配、精于变化、美食美器等为特色。在华人的文化传承与文化认同以及在传播中华文化方面都曾发挥了不可替代的重要作用。

中国烹饪协会发布的《2014年度中国餐饮市场分析和2015前景预测报告》表明,2015年中餐及餐饮企业将在引进外资和“走出去”方面获得长足进步,积极迈向餐饮收入3万亿元的全年目标。

报告中提到,随着中国餐饮市场逐渐理性回归,资本市场纷纷涉足投资。弘毅投资基金、CVC、路易威登集团旗下的私募股权基金都已在2014年完成对国内餐饮的投资。并且,越来越多的国际餐饮企业也开始关注中国餐饮,希望可以进一步发掘中国内地市场。

针对中餐“走出去”,严琦建议设立专项基金,推动中餐推广工作开展。参照国家发改委和财政部共同设立的“国家中小企业发展基金”模式,设立由商务部支持的“中餐海外发展推广专项基金”,专门用于中餐海外推广的资金支持,如拍摄中餐推广宣传片,举办国际美食节、组建烹饪“国家队”参加国际烹饪比赛等。

此外,严琦在提案中还提到,继续加强与专业社团组织合作的同时,加强政策引导,为中餐“走出去”提供便利。