



薄利时代要挖餐饮群综合效益

——专访天津顶巧餐饮公司执行长苏明瑞



旗下拥有德克士、康师傅私房牛肉面、康师傅大牌饭等品牌的天津顶巧餐饮公司11月4日在上海宣布，推出主打比萨的新品牌那不乐思。顶巧餐饮执行长苏明瑞在接受北京商报记者时表示，那不乐思将从上海起步，首先往一线城市扩张，并将延续顶巧餐饮旗下品牌一贯的加盟模式。业内分析认为，尽管那不乐思像顶巧旗下其他品牌一样，可以背靠顶巧餐饮群发挥综合效益，但比萨市场当前已是一片红海，那不乐思要想在竞争中脱颖而出难度不小。

看好比萨市场潜力

作为顶巧旗下的第四个品牌，那不乐思主营自创意式比萨，瞄准年轻消费群体。

北京商记者在那不乐思上海首店看到，新品牌在整体环境上呈现多彩、活泼特色，一张餐桌搭配的4把椅子色彩各不相同。店内提供自创比萨、现点比萨、茶饮小食等，与常见比萨产品不同的是，那不乐思提供意式薄饼比萨，其中自创比萨是由消费者自行选择比萨配料，产品价格也相对亲民，绝大多数普通装产品价格都

在50元以下。苏明瑞表示，未来那不乐思将有多种不同店型。

谈到门店拓展，苏明瑞表示，计划先在北上广等一线城市开店。经营层面将采用实体门店与互联网餐饮相结合的模式，外送将成为门店一大增长点。但对于是否会仿效必胜客为外卖业务设宅急送品牌，苏明瑞坦言目前尚未考虑。

在比萨市场被认为已是一片红海的当下，顶巧选择进军这一品类是否为明智之举？对此，苏明瑞表示，“比萨在美国是前三大品类，在中国还有一个发展进程。但是我们认为，未来比萨的接受度会越来

越高，发展空间越来越大”。此外，互联网的环境、外送发展以及懒人经济的需求，比萨也有更多的方便性。

根据顶巧餐饮提供的调查数据，预计到2020年，中国各类比萨门店数量将会超过6000家，市场规模将达到200亿元，仍有巨大的发展空间。

坚持发展加盟模式

值得注意的是，与顶巧餐饮旗下其他品牌一样，新品牌将延续轻资产模式，以加盟方式拓展市场。加盟是业内公认能够帮助企业迅速实现门店复制、规模扩大的有效途径。事实上，德克士品牌能在十几年间开出2000多家门店，加盟模式功不可没。洋快餐巨头麦当劳、肯德基、汉堡王等，也都是特许加盟模式的翘楚。最近，百胜餐饮将中国业务分拆出来，使之成为百胜餐饮的特许经营商，麦当劳计划出售中国门店20年期特许经营权等事件，更是将加盟模式推至舆论风口。

但是不可否认的是，加盟模式在国内口碑不佳。从上岛咖啡因松散加盟致品牌美誉度下降，到最近曝光的武汉一茶一坐加盟商私自发行储值卡后跑路，致品牌商面临消费者维权，缺乏管控的加盟也引发了大量问题。对此，苏明瑞表示，“在开放连锁加盟之前，我们会以负责任的态度，一定先把整体的运作系统、流程，不同的店型做成一个模式。从以前到现在，加盟绝对是我们的一个发展模式”。他认为，在微利经营成为常态的今天，企业只有集中

精力发展核心优势，才有望在竞争中占据优势。而品牌商的优势更集中在品牌营销、规范化管理和完善的供应链，而加盟商则在门店选址、当地人脉等方面了解更多。集中各自优势也有利于促进整个行业的专业化。

餐饮群综效成竞争点

除了大手笔打造的门店设施和环境外，那不乐思比萨的性价比引人注目，普通装比萨最低价格仅为29元一份，低于市场同类产品售价。苏明瑞表示，那不乐思品牌绝非单打独斗，它背后是顶巧庞大的餐饮群，而整个餐饮群产生的综合效益，令那不乐思能够以优异品质和更低价格参与到市场竞争中。

目前，顶巧旗下已经拥有德克士、康师傅私房牛肉面、康师傅大牌饭、那不乐思比萨4个餐饮品牌，这些品牌在后台管理、供应链体系等方面均可实现共享，从而大大降低管理运营成本。强大的后台加上轻资产运营模式，让顶巧可以不断在上面嫁接推出新品牌。

不过，尽管比萨市场的调查数据相对理想，顶巧也希望通过高性价比帮助新品牌迅速打开市场，但业内人士指出，比萨市场已经有了众多入局者，像必胜客、好伦哥、萨莉亚、达美乐、比格比萨等，还有很多单体比萨店，且多数都集中在低价领域，像比格比萨今年推出19.9元的外带比萨，那不乐思要想在这样的市场格局中突破难度不小。北京日报记者 徐慧 郭白玉

加强零申报及小额缴税企业管理 维护国家税收权益

2015年，朝阳地税局管户突破28万户，人均管户近1700户，有6万余户企业连续12个月进行无税申报，年纳税额小于等于10元的小额缴税企业11702户，二者占全部管户的1/4。为降低长期零申报率，进一步加强对长期零申报及小额缴税企业的管理，提升征管质效及涉税风险防控管理水平，促进税收收入的持续稳步增长，朝阳区地税局积极探索对长期零申报及小额缴税企业建立科学有效的监督管理机制，提高纳税遵从度。

一、朝阳区地税局长期零申报及小额缴税企业现状

按照连续12个月无税申报的企业视为长期零申报户的口径，2012—2015年，朝阳区地税局连续12个月无税申报户数分别为19908户、34391户、56190户和61280户，分别占朝阳区地税总纳税户数的10.21%、16.30%、21.92%和21.99%。无论是零申报户的绝对规模，还是其占总纳税户的比例，都呈现了较为明显的上升趋势。如果再加上纳税额在10元以下的小额纳税户，则分别为24934户、39557户、58466户和72982户，占比分别为12.79%、18.75%、22.80%和26.19%，整体特征与零申报户情况一致。

按注册资金划分，从零申报户的结构分布来看，规模结构均体现为以注册资金100万元以下的企业为主的特点。按行业类别划分，最集中的行业前三位为批发和零售业、租赁和商务服务业、科学研究和技术服务业。按注册类型划分，以有限责

任公司(包括私营有限责任公司和其他有限责任公司)为主，占比约80%。

朝阳区地税局曾对594户注册资本5000万元以上连续12个月零申报企业进行了专项清理工作，发现合理原因零申报的户数为526户，零申报不合理的户数为68户。发现的问题主要包括：注册资金已入资但未缴纳印花税、业务合同未缴纳印花税；投资收益、利息收入等收入未入账导致漏缴营业税和企业所得税；漏缴个人所得税、城建税、教育费附加等。

二、朝阳局加强零申报小额纳税管理具体措施及存在的问题

朝阳区地税局曾采用邮递方式，向连续12个月无税申报的近5.7万户纳税人发放《税务事项通知书》，提示、引导纳税人对自身涉税情况开展自查，其中10973户企业在接到通知书后的两个征期自行申报税款，合计5900余万元，朝阳区地税局无税申报率过高的情况得到有效缓解。针对风险较大以及联系不上的企业，到户进行实地巡查走访，核实零申报的真伪，现场了解其生产经营情况和工艺流程，检查生产车间和仓库的实际情況，详细查看企业账簿，重点审阅抵扣凭证与入库单、资金流向等是否真实一致，成本费用是否真实，有无视同销售、报废、废料销售情况等，通过下到企业巡查对税源进行监控。

在加强管理的过程中，也发现了一些需要解决的问题。

一是第三方数据缺乏，无法进行深

入数据比对。目前税务机关从第三方获取的信息非常有限，没有充足的数据作为支撑分析、评估纳税人的营业状况而据此预警其纳税风险，客观上制约了对于纳税人全面经营情况的掌握。二是基数过于庞大，无法进行全面细致检查。朝阳区地税局人均管户近1700户，大量时间花费在日常程序性管理工作上，难以深入细致进行分析检查，目前只能选取一些有代表意义的无税申报企业进行检查。三是资金来源、流向、用途的真实性无法核实。对于一些注册资金很大的企业，经营以资金运作居多，如直接对外投资、买卖股票、资金拆借等。因此企业资金来源、流向、用途等对于分析查找问题极为重要。例如，企业注册资本从实缴登记制改为认缴登记制后，除查看记载实收资本和资本公积的账簿外，没有更加便捷有效的方法跟踪企业缴资的情况。对于资金流向中数额较大或者有疑问的部分要求企业提供相应的合同等证据，但是没有进一步的手段证实合同的真伪，存在一定的涉税风险。

三、加强零申报及小额纳税管理的工作建议

税收是政府财政收入的主要来源，依法纳税是所有纳税人不可逃避的责任。客观上大量长期零申报、小额纳税企业的存在损害了国家的税收利益，需要引起税务机关的高度重视。改变现在的局面绝非一蹴而就，需要全面部署、统筹规划，引领各个税政部门、征管部门、评估部门、信息部

门、稽查部门甚至是第三方的通力合作，按照长期工程的思路制订工作制度方案。

税务机关应对零申报企业开展区分风险等级的案头分析。对于新办企业在起步期经营收入低，可以将风险等级设定为低等级，暂时不实施检查。对于连续12个月零申报企业，将风险等级设为中等，采用日常检查中的提示或者询问方式引导企业进行自查。对于买过发票、注册资金较大的零申报企业，设定风险等级为高等，采用实地核实的工作方式，全面检查企业的生产经营情况。

税务机关应强化税源监控，因为零申报企业大多属于小型纳税人，对其进行稽查会导致征收成本过高，因此总体思路是强化事先的监控。从具体措施上看，税收管理员要加强日常税源管理工作，进行管户巡查，密切注意企业资金的往来和货物的变动情况，认真分析研究企业在经营过程中出现的问题，及时发现、纠正纳税人在纳税中的错误，实现对纳税人整体实时的控管，还可以利用登记、申报环节收集信息，并且推广使用税控装置。

另外，还应加强税收信息化建设，充分利用信息技术，统一系统，整合各方信息，保证信息的可靠真实。特别是要加强与第三方的信息交流，如工商、公安、海关、邮电等其他政府部门以及金融和咨询机构，扩大信息来源渠道，加强同各部门的信息交流，实现与有关部门的信息互联，利用软件加强对零申报业户相关信息的比对分析，并及时将异常零申报户传递给税源管理部门、税收管理员。