

10月在天河路逛遍“粤港澳大湾区”

2019广州国际购物节10月11日启动

■新快报记者 陆妍思/文 孙毅/图

9月19日,记者从广州国际购物节媒体见面会获悉,2019广州国际购物节以“粤港澳大湾区文化旅游”为主题,启动仪式将于10月11日晚8时在正佳广场北广场举行。

自2012年起,每年举办一届的广州国际购物节已成为广州规模最大、级别最高的购物节,其主会场设在天河路商圈。

据天河路商会会长谢萌介绍,此前六年,广州国际购物节分别与新加坡、法国、英国、澳大利亚、新西兰、美国、加拿大、德国等地国际知名商圈、商协会结盟。今年时值中华人民共和国成立70周年,商圈随着国家发展步伐,彰显出独特的商贸影响力,“我们不忘初心,从‘心’出发,回到中国。”选择“粤港澳大湾区”这个主题,商会秉持“为广州市人民创造富裕幸福的生活”的使命,加强粤港澳大湾区的文化交流融合,推动天河路“文”“商”“旅”整体快速增长,将为消费者带来更加丰富、多样的体验,将极大地推进广州国际商贸中心的建设进程。

2019广州国际购物节期间,天河路商圈各载体将推出各具特色的丰富活动,还有各种花式网红打卡点,通过粤港澳三地的文化艺术、商业品牌、旅游特色、专业服务展示,让市民和游客不仅有得逛、有得吃,还有得看、有得玩,领略到粤港澳大湾区文化魅力。

各载体购物节期间活动一览——

●天河城

推出“青花瓷意”国潮艺术主题展,把购物节与国潮艺术相结合,以世界对青花瓷的痴心追随,弘扬中国文化精粹;

●正佳广场

举办湾区文化旅游展、蜡像展、大湾区特色珠宝展及首届湾区吉祥物趣味运动会,还有粤港澳大湾区包罗“湾区”的打卡点,走了一圈正佳广场就像身临其境走了一圈粤港澳大湾区,不需要坐高铁也可以一一打卡了;

●太古汇

推出心手相汇·广州太古汇8周年庆艺术作品展及Sonny Angel治愈梦境森林主题IP展;

●万菱汇

将打造户外港珠澳大桥静态灯光装饰,配上“生命的霓裳”艺术展,展现创新性、文化性的特点,具有纤动灵巧、精致优雅的“曲线化”设计韵味;

●天环广场

举办“飞奔到月球”艺术家主题展,由横扫多个国际大奖的西班牙巴塞罗那BROSMIND工作室设置多个潮玩场景,再配上购物及港式美食大放送;

●维多利广场

推出粤港澳潮流文化节,用艺术品和文创墟,打造一条可购、可看、可玩、可拍、可往来的特色街区,为消费者带来全新的体验;



●东方宝泰

打造宝泰10周年“TOYS PARTY 蒲友的玩具”活动,为广大市民带来潮派对、潮玩、潮吃喝、潮形象的购物节日互动体验;

●摩登百货

推出港澳风情纪念品、大湾区时装周、香港花式奶茶大赛和推出会员沙龙-粤式窗花DIY;

●K11

首次举办“设计月 Design Month”,以“怪美当道 Design Freak”为主题,举办“扩增视角:从黄昏到黎明”“柏林一夜”两大设计艺术主题展;

●天娱广场

推出粤港澳大湾区文创市集、童梦成真才艺大赛,当你在品味港澳美食的同时,体验大湾区文化艺术,还有《与成同行》巨型活恐龙SHOW;

●颐高数码

推出1元电子产品秒杀,科技展示及科技体验区,与机器人互动,将会让科技控的你沉浸科技的魅力中;

●佳兆业广场

将以“国潮有新FUN”为主题,创造互动美陈组景,吸引消费者打卡拍照,并为购物节加载更多参与性的体验内容以及超值“宠粉大礼包”;

●广百百货

天河中怡店拥有超过200个广州、深圳、香港、澳门等品牌,购物节期间将举行大型乐器合奏表演,还有深度促销折扣;

●百脑汇

绝不再仅仅是电脑城,除了吃喝玩乐,还有极具特色的、传播科技新知的滔滔堂,作为品牌商和消费者桥梁,让大家不再盲目购物。

银保监会年内第3次通报险企产品

华夏人寿等15家人身险公司被点名

新快报讯 记者刘威魁报道 新快报记者从业内获悉,银保监会于近日向各人身险公司下发《关于近期人身保险产品问题的通报》(以下简称《通报》),对2017年各公司备案产品截至2018年底的销售情况进行了统计分析,同时对近期产品备案中发现的典型问题进行了通报。记者留意到,这是银保监会年内第三次针对险企产品进行通报,累计43家人身险公司被点名。

首次批评产品备案却不销售

在此次《通报》中,银保监会首次批评了险企产品备案后未销售的做法。《通报》显示,银保监会依托中国保险业保单登记管理信息平台数据,于近期对备案产品实际销售情况进行了统计分析,统计范围为2017年各公司备案产品截至2018年底的销售情况。

从统计结果来看,部分公司相当数量的产品备案后并未销售,或者销量极低。例如大家人寿、天安人寿、渤海人寿、上海人寿等7家公司销量为零的产品数量超过10个,汇丰人寿、大家人寿、渤海人寿等6家公司销量为零的产品数量占比超过备案产品数量的30%。

银保监会表示:“产品销量为零,不论是保险公司主动调整产品计划,或者是消费者不认可所导致的,均表明公司产品策略不清晰,产品管理存在漏洞,产品开发效能低下,同时也是对监管资源的浪费。”

银保监会明确,下一步会将备案产品销售情况核查作为常规工作定期开展,对低产能产品占比过高、未严格落实产品退出机制的公司,将持续采取行业通报、监管谈话等措施,督促各人身险公司提高产品研发管理能力,提升产品开发质量,开发设计真正

满足市场需求的产品。

4家公司因备案问题被两次点名

《通报》显示,此前银保监会已向行业印发了两次通报。通报印发以来,大部分公司报备产品合规性有所提高,问题显著减少,但仍有部分产品报备材料出现明显错误,公司把关不严;仍有部分产品责任设计明显偏离险种定义,产品开发人员合规意识淡薄;仍有部分产品条款表述不符合消费者一般认知和行业惯例,容易引发纠纷。

新快报记者统计发现,此次因产品备案存在问题被点名的公司一共有15家,国华人寿、国泰人寿、德华安顾、人保健康4家公司在此次《通报》中,均被两次点名;其中还有不少公司因产品问题在年内遭监管多次点名批评。如此次因某医疗保险产品部分年龄段健康管理服务成本超过保费10%,而被指与监管要求不符的华夏人寿,就曾在今年1月份因在相关宣传文案中贬低国家医保政策而被点名。事实上,人身险公司因为产品设计问题被下监管函、行政处罚决定书等也是常有的事。新快报记者统计银保监会披露的罚单发现,2018年,华夏人寿下属分公司共收到15张监管罚单,罚没金额总计423.5万元。

据悉,对报备产品仍涉及负面清单或历次问题通报中列明的不合理、不规范情形,银保监下一步将依法采取监管措施或实施行政处罚,严格追究相关人员责任。

银保监会强调,各人身险公司应当认真对照历次通报内容,引以为戒。主动做好产品开发、销售、回溯的全流程管理,严格执行有关监管规定,加强产品内控管理,强化合规经营意识,力争做到未通报问题主动纠正,已通报的问题绝不再犯。

税务局:

“外卖”与“堂食”增值税征收一致

新快报讯 记者郑栩彤报道 为统一增值税征管口径,国家税务总局近日公布《关于国内旅客运输服务进项税抵扣等增值税征管问题的公告》(以下简称《公告》)以明确实践中13个相关问题,其中包括明确现场制作的“外卖”应按“餐饮服务”征收税率为6%的增值税,劳务派遣员工发生的国内旅客运输服务进项纳入允许增值税抵扣范围等。

今年,深化增值税改革将带来近1万亿元减税,但各方仍在减税政策的某些具体操作层面存有疑惑,如“外卖”这种特殊消费方式适用哪个税种的计算方式。《公告》明确指出,纳税人现场制作食品并直接销售给销售者的“外卖”,应按照“餐饮服务”缴纳税率6%的增值税,税收方式与“堂食”保持一致。值得注意的是,酒水等非现场制作的食品不在以上规定范围内,不适用以上税率。该规定自今年10月1日起实施。

在企业享受增值税改革红利方面,今年4月起,企业员工出差所取得的机票、火车票等纳入增值税进项税额抵扣范围,但员工的具体范围令各方有所疑惑。《公告》对此明确,允许抵扣的国内旅客运输服务,限于与本单位签订了劳动合同的员工,以及本单位作为用工单位接受的劳务派遣员工发生的国内旅客运输服务。此条规定自发布之日起实施。

《公告》指出,自今年9月20日起,纳税人需要通过增值税发票管理系统开具17%、16%、11%、10%税率蓝字发票的应办理临时开票权限,并在获得临时开票24小时内开具原适用税率发票。自今年1月1日起,以一个季度为纳税期限的增值税小规模纳税人,因在季度中间成立或注销而导致当期实际经营期不足一个季度且当期销售额未超过30万元的,免征增值税。