

增值税法实施条例 向社会公开征求意见

记者11日从财政部了解到,为保障《中华人民共和国增值税法》顺利实施,财政部会同税务总局研究起草了《中华人民共和国增值税法实施条例(征求意见稿)》,当日起向社会公开征求意见。

增值税是我国第一大税种。去年底召开的十四届全国人大常委会第十次会议表决通过了增值税法,自2026年1月1日起施行。

“增值税法实施条例是增值税法的基础性配套行政法规,与增值税法以及增值税规范性政策文件一起构成了我国增值税的法律法规体系,是增值税法落地实施的重要保障。”中国财政科学研究院公共收入研究中心主任梁季说。

《中华人民共和国增值税法实施条例(征求意见稿)》包括总则、税率、应纳税额、税收优惠、征收管理、附则等六章五十七条内容,主要对增值税法有关规定进一步细化明确,对授权国务院规定的事项作出具体规定,进一步增强税制的确定性和可操作性,形成配套衔接的增值税制度体系。

中山大学法学院教授杨小强表示,以增值税法为纲领,以增值税法实施条例为重要配套法规,辅以增值税法实施的具体办法、操作办法等规章,这是国际上很多国家采用的增值税(有些国家称为商品与服务税)立法模

(新华社)

锲而不舍落实中央八项规定精神

广东高院在全国率先探索创建司法巡查新机制

羊城晚报讯 记者邹敏,通讯员林晔、邵树志报道:“无死角”全面巡查、“一对一”精准督导、“全周期”跟踪问效……近日,广东省高级人民法院在党组完成年度第一轮司法巡查,被巡查单位在反馈意见时既“认账”又“点赞”。据悉,这一成效背后是广东省高级人民法院党组在深入推动司法巡查工作向纵深发展过程中,探索推出的一项新机制:通过建立“院领导挂点联系机制”,以钉钉子精神确保司法巡查工作取得扎实成效。

如何进一步落实落细年度司法巡查作用?加强组织领导是关键。今年以来,广东高院党组扎实开展深入贯彻中央八项规定精神学习教育,以问题为导向,明确将“强化政治监督、深化业务指导、压实整改责任”作为工作主线,在全国法院率先建立了“院领导挂点联系机制”。根据方案,每个院领导按照分管业务条线,每人负责挂点一家法院,要求做到“真挂实联”,全程参与、精准监督、务求实效。

记者了解到,该项机制的一大创新点在于突出为基层“减负”解难。以首批试点开展的广州海事法院、广州

第二批澳门指定药品 获批在横琴使用

共249种,分别用于治疗心血管疾病、呼吸道疾病等

羊城晚报讯 记者陈泽云、通讯员粤药监报道:8月11日,记者从广东省药品监督管理局获悉,第二批获批列入横琴粤澳深度合作区(以下简称“合作区”)指定医疗机构可使用的澳门指定药品目录已出炉,涵盖用于治疗心血管疾病、代谢疾病、呼吸道疾病及感染症等共249种药品,此批药品可以在新街坊卫生站供澳门居民使用。

2023年,广东对外印发《关于支持在横琴粤澳深度合作区使用澳门地区已上市部分药品的工作方案》,提出在合作区内允许澳门居民使用澳门地区已上市部分药品。合作区内指定医疗机构可向省药监局提出指定澳门药品申请,并提交经澳门药品监管部门审核确定后的用药清单,由广东省药监局和广东省卫生健康委批准后使用。

2024年,首批共296种药品获批列入合作区指定医疗机构可使用的澳门指定药品目录。同年10月,首批药品成功从澳门经横琴口岸运抵“指定澳

式。比如,英国、澳大利亚、瑞士等国家的增值税立法均有增值税法与增值税法实施条例。

在杨小强看来,征求意见稿坚持税收法定原则,体现了高质量发展理念。“如对增值税法第四章中支持农业、教育、医疗、养老等税收优惠政策的标准进行了细化,并规定税收优惠政策的适用范围、标准、条件和税收征管措施等应当依法及时向社会公开,有利于支持经济社会高质量发展,保护纳税人的合法权益。”

梁季表示,征求意见稿解释、细化了增值税法的相关条款,增强税制的确定性和可操作性,如对非应税交易对应的进项税额、不动产等长期资产进项税额抵扣规则进行了优化,既符合增值税征抵一致的基本原理,也符合国际实践惯例;细化明确相关征管规定,顺应经济社会发展的新变化。

“增值税法实施条例对增值税法第四条第四项所称‘服务、无形资产在境内消费’作了细化解释。”杨小强说,“服务、无形资产在境内消费”,一直是国际增值税的立法难题,但目前缺乏国际增值税条约等予以有效协调。征求意见稿对不同国家的跨境销售服务、无形资产的消费地判断规则进行了学习研究,有吸收、创新与协调,既与国际接轨,也符合我国实际。

(新华社)

羊城晚报讯 记者石梦卓报道:8月11日,第十五届中国国际动漫博览会在东莞石排“中国潮玩之都·漫博中心”圆满落幕。展会吸引了来自国内外600多家企业机构参展参会,40多个国家和地区的2000多个影视动漫IP齐聚一堂。

为期4天的展会,交出了一份亮眼的成绩单:吸引近10万人在漫博中心观展参会(其中专业观众超2万),另有超4.5万人次在石排镇川龙埔公园参加展会配套公众活动。参展企业意向合作金额高达15.6亿元,其中超亿元

项目3个,千万级以上的合作项目共有35个。线上线下展销额达1.8亿元。

展会期间,东莞提出计划投入1.2亿元产业扶持资金,从产业生态等五大方向支持潮玩和动漫产业高质量发展。此外,全国首个“中华人民共和国WTO/TBT-SPS国家通报咨询中心技术性贸易措施研究评议工作站潮玩服务站”正式揭牌,填补了国内潮玩领域专项技贸服务的空白。

这届展会最大的亮点之一是创新“专业展+产业链”办展模式,落地东莞潮玩产业核心区石排镇,实现了从

单一展览场景向全产业链园区的升级,推动展会资源与东莞动漫潮玩产业集群长期绑定,形成“以展促产、以产助展”的良性循环。

展会现场达成3个亿元级项目。

其中,俄罗斯菲尼克斯有限责任公司与东莞市卡拉咪玩具有限公司、中国潮玩中心潮玩电商产业服务中心签署合作协议,合作金额达1.08亿元;奶龙达成意向合作16家,合作金额超6000万元;东莞萌工场的毛绒玩具落地广西文旅店、机场店,并与广东、香港、陕西西安、浙江杭州等线下店合

作,意向采购金额4000万元以上……合作项目成为产业升级的有力支撑。另外,超100家影视动漫相关行业协会组织专业客商来到展会现场,开展商贸对接和交流。

线下有成交,线上同样在发力。Chinagoods购物季联合京东、抖音、潮启文化等平台在展期4天直播中,商品交易总额突破1亿元。抖音电商平台的东莞潮玩销售量约3600万元,实现将展会热度转化为实际经济效益。京东直播间单日场观达15.6万人次,卡牌直播间单日订单量突破10000单。

东莞“潮”涌,如何澎湃世界?

策划/统筹:羊城晚报记者 唐波 文/羊城晚报记者 彭钦 图/羊城晚报记者 王俊伟



漫博会上随处可见精心装扮的Cosplay扮演者

台机甲类杰出单品。

事实证明,在传统文化加持下,东莞制造爆发出强大的生命力。在青年设计师倪超看来,东莞潮玩可以积极往岭南文化、东莞本土文化延伸,龙舟、醒狮、粤剧、莞香等都可以进入设计师视野。记者也留意到,东莞有企业将醒狮化作树脂潮玩《瑞狮当潮》,十分热销。此外,“潮玩文化”也努力从展会经济沉淀为城市日常,例如东莞南城汇一城把下沉式广场打造成周末潮玩嘉年华。倪超认为,东莞需要的不仅仅是城市空间改造,更是一场时间上的“慢经营”。

潮玩产业:如何锻造“龙头”,避免“两头在外”?

东莞潮玩产业规模已突破300亿元,占全球产量三分之一,却长期处在“微笑曲线”中段,设计研发和品牌销售却“两头在外”。湾区潮玩文创产业联盟秘书长李颖锋认为,缺乏“龙头”带动是最大痛点。

以泡泡玛特为例,其70%的盲盒由东莞代工,但IP孵化、渠道溢价均不在本地。石排镇给出的破题方案是“政校企”协同。强化IP的文化内涵与独特性、加速产业智能化数字化。其次,构建高效敏捷的全球化运营体系。此次漫博会引入China-Goods购物季活动,努力尝试以数据流贯穿设计、柔性生产、智慧仓储物流

全链路。

有观察人士认为,东莞潮玩的突围,核心在于将深厚的制造底蕴、日益丰富的文化挖掘能力与前沿的数据技术深度融合。打造具有全球号召力的本土龙头IP与品牌,是东莞从“潮玩制造之都”迈向“潮玩创造之都”必须打赢的攻坚战。

潮玩社群:如何运维社群,让男女老少皆参与?

本届漫博会最让记者意外的,不是凌晨的排队长龙,而是在“摩动核”机甲面前,一对来自东莞寮步的六旬夫妻踮起脚与其合影。潮玩社群若想“破圈”,必须回答一个问题:如何让潮玩成为代际沟通的媒介?

记者留意到,硬件上,东莞有镇街将文化广场、社区服务中心改造成“潮玩驿站”;软件上,“东莞发布”抖音号推出《阿公阿婆玩盲盒》系列短片,单条最高播放量破500万次。企业端则把用户卷入生产。“大漂亮”在小红书发起“为潮玩设计夏日穿搭”话题,两周收到1.2万条UGC内容;可动未来把“机甲配色权”交给粉丝投票,得票最高的“东莞抹茶”限定款上市48小时即售罄。

然而,社群运维仍面临许多问题。如何让潮玩不只是年轻人的天地而变为一家人的话题,需要政府、企业、社会组织的长期共创。

游戏+文旅 广东解锁城市消费新密码

库洛首届嘉年华吸引万人参加

羊城晚报记者 刘克洪

巨鲸在海洋馆中游弋,庄严的歌剧院隐藏着神秘挑战,非遗与二次元在九龙城内碰撞出奇妙火花——这不是梦境,而是库洛游戏首届狂欢嘉年华的现场实景。8月9日至10日,广交会展馆被上万名热情玩家“占领”。首轮门票数分钟内售罄,两天累计吸引超万人次入场,其中近半来自广东省外。

“我是从湖南来的,库洛第一次嘉年华很难不支持。”拖着行李箱直奔展馆的陈女士兴奋地展示着刚刚领取的“食在广州”消费券,“没想到来了还能领到饮食消费券,现在我打算多在广州玩两天了!”不光是她,广大游戏玩家们正经历着一场“打破次元壁”的狂欢,这正是广东“游戏+文旅”战略落地的真实写照。

随着广东各地文化产业扶持资金陆续到位,更多“游戏+文旅”的创新实验将在这片数字沃土上发芽生长。

沉浸式体验 见证游戏角色跃出屏幕

作为库洛游戏举办的首次大型线下嘉年华,活动自官宣起便点燃玩家热情——首轮门票数分钟内售罄,两天累计吸引过万人次入场。现场玩家化身游戏角色开启“cosplay狂欢”,交换物料、打卡合影,诠释着对游戏的热爱。

两万多平方米的场馆内,《鸣潮》与《战双帕弥什》两大核心IP展区成为人气焦点。从“今州中枢”的特色信标到“拉古那乐园”的“浴缸犬”,从“黑海岸花房”的琴音到“埃弗拉德金库”的珍宝……《鸣潮》展区还原游戏经典场

景,玩家在互动中穿梭于索拉里斯的奇幻时空;而《战双帕弥什》展区则通过游戏内三大特殊节点,唤起玩家作为“指挥官”的记忆点滴。

库洛相关负责人告诉记者:“我们希望打造更纯粹的嘉年华,让玩家找到归属感,让游戏内容在现实中具有‘实感’。”

这场盛会不仅是玩家的狂欢,更是创作者与粉丝的双向奔赴。B站UP主(内容创作者)小寞展位上的商品早早售罄,因《鸣潮》“坨沱汐”形象走红的韩国画师Are_A_R也惊喜现身。

消费新引擎 “游戏+”拉动文旅经济

游戏IP的流量引力打通了多元消费场景。据介绍,此次嘉年华活动的游客近半来自广东省外,对展馆周边的酒店餐饮业形成直接拉动。广州市商务局还在活动现场提供近5万张“食在广州”消费券,将场内热情延伸至场外消费。

“这是我第一次来超一线城市,对广州的印象真的很不错,尤其是在交通基础设施上,非常便利。”游戏视频制作作者芳介像素说,“感觉城市的布局设计特别优秀,而且多个城市之间,比如广深、广佛的链接也很紧密。感觉哪都有人、去哪都行,吃的玩的什么都不缺。”

值得一提的是,记者现场探馆时发现,这场二次元盛会还吸引着海外

的诸多粉丝来华。

“在《鸣潮》里我认识了很多的中国美食,这次有机会来到中国、来到广州,真实品尝到它们的美味,实在是太激动了。尽管这几天我已经吃了很多,但是我感觉完全吃不够。”来自美国的游戏视频创作者thedjckim告诉记者,为了在这次嘉年华中还原游戏中的“贊妮”一角,他身上的所有道具都是自己做的,尤其是需要固定在发箍上的角饰,他花了很多心思。

游戏与城市的深度互动早有先例。7月底,DNF手游年度全新赛季版本联动广州文旅活动在珠江上举行,与广州塔、海心沙等地标梦幻联动,将游戏场景融入城市夜景。五一假期期间,广州更是一口气推出三场游戏盛宴,打造“游戏+文旅”全新体验场景。

广州市社科院广州文化产业研究中心执行主任李明充表示,嘉年华不是简单的线下展会,而是“IP生态运营+城市文化融合+商业价值闭环”的深度实践,为文化创意产业的跨界共生提供了优秀案例。“从这个暑期来看,上海、广州、深圳等城市纷纷发力‘二次元破壁’。想加强文化创意产业的竞争力,要跳出单一产品思维,构建以IP为内核、城市场景为载体、用户需求为导向、多方共赢为支撑的生态化运营系统。”

嘉年华落幕,而“游戏+文旅”模式正在广东扎根生长。库洛游戏透露,未来将持续打造跨界IP内容和产品,实现“线上引流、线下消费”的良性循环。游戏企业不再满足于线上娱乐提供者的角色,而是积极成为城市文旅经济的共建者。

可以预见的是,政策与创意的结合,正让游戏成为城市吸引年轻群体的新密码。随着广东各地文化产业扶持资金陆续到位,更多“游戏+文旅”的创新实验将在这片数字沃土上发芽生长。