

我国规范PPP存量项目建设和运营

本报讯 国务院办公厅近日转发财政部《关于规范政府和社会资本合作存量项目建设和运营的指导意见》(下称《指导意见》)。《指导意见》要求各地,保障在建PPP(政府和社会资本合作)项目顺利建设,推动已运营项目平稳运行。

《指导意见》要求各地,优先实施具有一定收益的项目,持续保障项目建成完工,对接近完工的项目,抓紧推进建设、及

时验收决算、及早投入运营。对推进缓慢的项目,研究压缩实施规模、优化建设标

准、调整配套建设内容等,减少不必要建

设成本,原则上不得超出已核定概算总投

资。2024年底前未开工的项目原则上不再采

取PPP存量项目模式实施。金融机构按

照市场化、法治化原则客观评估,依法合

规积极支持在建项目融资。优化信贷审

批流程,不得无故终止,不得要求地方政

府或相关部门出具承诺或证明文件。

《指导意见》表示,鼓励支持社会资本方、金融机构、政府方平等沟通、互惠让利,科学优化PPP存量项目实施内容、

合作期限、融资利率、收益指标等要素,共同降低项目运营成本,提高公共服务供给效率,实现持续稳健运营。社会资本方要持续提高项目公司运营专业化水平,合理压减运营成本;结合项目实际情况,有效提升项目收益。鼓励金融机构与社会资本方平等协商,合理优化融资结构,支持项目持续稳健运行。地方政府要与社会资本方平等协商,合理调整项目投资回报率、资金折现率等指标,适当延长合作期限,建立运营成本控制机制,平滑

地方财政支出。

对符合条件的在建项目,地方政府可统筹运用一般债券、专项债券等资金,用于PPP存量项目建设成本中的政府支出。《指导意见》同时强调,强化地方政府债务管理,地方政府通过发行政府债券筹集建设资金的,举债一律不得突破法定限额,确保财政安全和可持续。地方政府要切实采取措施严防产生合同纠纷,防止逃废债,保障政府方、社会资本方、金融机构等各方合法权益。

育儿补贴免征个税

本报讯 财政部、国家税务总局20日公布,对按照育儿补贴制度规定发放的育儿补贴免征个人所得税。

另据中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《育儿补贴制度实施方案》,从2025年1月1日起,我国对符合法律法规规定生育的3周岁以下婴幼儿发放补贴,至其年满3周岁。育儿补贴按年发放,现阶段国家基础标准为每孩每年3600元人民币。在最低生活保障对象、特困人员等救助对象认定时,育儿补贴不计入家庭或个人收入。

财政部、国家税务总局公告称,卫生健康部门与财政部门、税务部门建立信息共享机制。县级卫生健康部门按规定为申领补贴的人员办理个人所得税免税申报。公告自2025年1月1日起施行。

六部门部署

进一步规范光伏产业竞争秩序

据新华社电 工业和信息化部、中央社会工作部、国家发展改革委、国务院国资委、市场监管总局、国家能源局19日联合召开光伏产业座谈会,进一步规范光伏产业竞争秩序。

会议提出,光伏产业各方要深刻认识规范竞争秩序对光伏产业高质量发展的重要意义,共同推动产业健康可持续发展。加强产业调控,强化光伏产业项目投资管理,以市场化、法治化方式推动落后产能有序退出。遏制低价无序竞争,健全价格监测和产品定价机制,打击低于成本价销售、虚假营销等违法违规行为。

会议还要求,规范产品质量,打击降低质量管控、虚标产品功率、侵犯知识产权等行为。支持行业自律,发挥行业协会作用,倡导公平竞争、有序发展,强化技术创新引领,严守质量安全底线,切实维护行业良好发展环境。

国家税务总局:

相关平台企业已报送基本信息

据新华社电 记者20日从国家税务总局获悉,相关平台企业已经按照《互联网平台企业涉税信息报送规定》要求报送基本信息。对于个别尚未报送基本信息的平台企业,税务部门将开展宣传辅导和约谈提醒。

今年6月,国务院公布实施的《互联网平台企业涉税信息报送规定》明确,平台企业要在今年7月首次报送包括平台域名、业务类型、相关运营主体名称等在内的自身基本信息。

“在规定公布后,税务总局同步制发了相关配套操作公告,开展多轮次平台企业摸底,形成应报平台企业名单。”国家税务总局相关司局负责人说,各地税务机关“点对点”做好宣传辅导,对“报什么”“怎么报”等内容进行详细解读,提供安全、保密、可靠、便捷的信息报送渠道,健全涉税信息数据管理制度,切实保障涉税数据安全。

此外,规定要求,今年10月,互联网平台企业要向主管税务机关报送平台内经营者和从业人员身份信息及上季度收入信息。

目前,税务部门已辅导平台企业在试报过程中掌握统一的报送口径、标准和方法,为首次涉税信息报送打好基础。

前7个月我国对上合组织其他国家——

进出口规模创历史同期新高

据新华社电 海关总署8月20日发布数据,今年前7个月,我国对上海合作组织其他国家进出口2.11万亿元,同比增长3%,规模创历史同期新高。

数据显示,7月单月,我国对上合组织其他国家进出口3260.5亿元,增长8.5%,规模、增速均为年内新高。其中,出口2190.4亿元,增长6.8%;进口1070.1亿元,增长12.3%。

随着上合组织成员国农业合作走深走实,区域间农产品贸易潜力不断释放。今年前7个月,我国对上合组织其他国家出口农业机械、农药制剂分别增长47.8%、30.3%,自上合组织其他国家进口农产品增长6.2%,其中,冻鱼、菜籽油及芥子油、干鲜瓜果及坚果、大米进口分别增长20.4%、33.6%、44%、41.2%。

数据还显示,上合组织自2001年成立以来,各领域合作不断拓展深化,区域间贸易规模屡创新高。2024年,我国对上合组织其他国家进出口3.65万亿元,是成立之初的36.3倍。

海关总署编制的中国对上合组织成员国贸易指数也印证量质齐升、活力强劲之势。该指数从2017年的基期值100点快速攀升,今年7月份达到159.8点。

汉服“穿越”、AI研学:暑期入境游“热”力全开



8月11日,北京,外国游客在天坛游览。(CFP供图)

从打卡式观光到个性化体验

“我的南非朋友马上要来中国,想看看火爆的‘苏超’,我准备带他感受足球狂欢氛围!”南京留学生马修斯说。

在云南摩梭人家体验非遗织布,在景德镇拉胚制作陶瓷,在苏州学习刺绣针法……越来越多外国游客正跳出打卡式观光,转向个性化的深度体验。

“演出、球赛、展览、美食,都成为外国游客来华的理由。”苏州和平国际旅行社负责人说,当下外国游客热衷规划“一程多站”行程,散客拼团比例上升、游玩半径扩大、停留周期拉长成为显著特征,旅游需求也渐从“逛热门景点”转向主题游、深度游、定制游。

陕西推出的“长安十二时辰主题街区”,正契合这一需求。街区通过汉服街拍、演艺互动、非遗体验等项目,让游客“穿越”回盛唐长安。“服饰和场景太惊艳了,我想去亲身感受那种氛围!”莉亚说。

从灯光秀到无人机表演,从戴VR眼镜到与机器人“亲密互动”,暑期研学游热潮中,外国青少年对中国前沿科技兴趣尤为浓厚。江苏某研学机构运营人员介绍,目前AI主题研学班在入境研学市场受到追捧,“很多外国学生对AI技术在自动驾驶等领域的应用充满好奇”。

“不少外国游客提出参观电动汽车工厂、互联网科技公司等需求,希望实地探访,更全面地了解中国科技发展实力。”中国国际旅行社总社有限公司入境部欧洲市场室总监周占峰说。

此外,“中国风”风潮刮得正盛。北京秀水街、深圳华强北等商圈,成为外国游客“扫货”的热门目的地。从时尚衣物、潮流玩具到高端电子产品,购物清单日益丰富。据不完全统计,今年暑期华强北日均接待外国游客超7000人次。有新意、有特色、科技含量高的商品,最受青睐。

魅力被“看见”,便利在升级

为何外国游客更愿在中国慢下来、深体验?

受访业内人士表示,中国文化的深厚底蕴与现代科技的发展成就,在海外正被越来越广泛地“看见”和认可。

中山大学新闻传播学院副教授龚彦芳认为,在海外社交媒体及“网红”效应推动下,中国文化实现全球“破圈”传播。AI技术、潮流IP、国产游戏等走红,进一步激发了外国人对中国的巨大好奇心和探索欲。

走出国门的“中国智造”,也为旅游吸引力开辟新维度。“中国制造业供应链

体系完善,在全球市场竞争力持续增强。”江苏省社科院社会政策研究所所长张春龙说,高品质、高性价比的双重优势,让外国游客愿意持续来华“淘好物”。

暑期恰逢欧美、日韩等主要客源地传统出游高峰。随着中国游的良好口碑在海外网络平台持续传播,体验感多元的中国成为优选。

各地也敏锐捕捉商机,发力旅游产品创新。如北京推出特色胡同游、中轴线骑行游、都市夜色游;云南依托丰富自然与人文资源,开发生态康养、户外探险等特色路线;广西则将热带水果采摘融入

主题游线路,为旅程增添趣味与烟火气。

多地加速构建立体化服务网络,对外国人“不见外”,也在不断提升出行体验。

“在深圳旅游时,我一般都会打车,智能翻译器方便了我们的出行。”印度旅客萨钦说。在深圳,不少公交巴士和“小黄帽”出租车上都装有AI智能翻译器,这个巴掌大小的设备能支持140余种语言毫秒级互译,让更多外国游客在问路、购票、游览时,获得“零时差”的母语级服务。

外卡POS机覆盖率提升,移动支付功能持续升级,不少地区实现“碰一下”即可支付;浙江上线智慧服务平台“嗨游”;南京打造“乐游卡”,涵盖便捷支付、智慧出行等功能……入境游配套服务持续完善,让更多入境游客“进得来”“游得好”。

览等服务,让旅程更顺畅、更舒心。

在消费领域,当前退税商店主要集中在一二线城市,部分城市外卡支付受理覆盖率也相对较低。专家建议,进一步放宽退税商店备案条件;同时,将更多高科技产品、特色食品、民族工艺品等纳入离境退税和“即买即退”名单,新开发并认证一批“中国礼物”。

针对入境研学旅游热潮,业内人士提出,要加强培育熟悉客源市场文化背景、具备跨文化交流能力的专业人才;进一步打通学校、企业与旅行社的合作渠道,鼓励高科技企业、科研机构等接待研学团队,不断丰富产品供给层次,持续打造入境游“新磁场”。

持续打造入境游“强磁场”

入境游火爆,不仅向世界展示了立体多元、充满活力的中国,也为扩大多元注入新动能。专家表示,需紧抓来华游客散客化、年轻化趋势,打造持续释放吸引力的“强磁场”。

丰富旅游路线和场景是关键。周占峰建议,针对不同国家和地区游客需求特点,定制多元化入境游产品,推动地域文化优势与境外游客需求精准对接。“外国游客普遍喜欢夜市、集市等充满烟火气的地方,这些场景能让他们贴近当地生活,愿意停留更久。”

同时,各地可借助免签政策,整合周边城市文旅资源,打造集旅游、购物、文化、体育、健康于一体的综合场景,鼓励游客深度体验本土生活方式。

完善配套服务体系,解决“出行烦恼”也至关重要。广东省团校粤港澳大湾区青年学院讲师倪斯锐建议,应进一步推广多语种互联网平台,实现交通、住宿、餐饮、购物、景点等服务端口一键链接,让外国游客“一部手机游中国”;持续优化移动支付、外语翻译、数字导

“中国线上消费品牌指数”持续增长 电商大促成品质消费重要时点

本报讯 第二期“中国线上消费品牌指数”(CBI)20日发布。该指数在今年二季度继续保持增长,反映出我国消费者在选购商品时,倾向于优质产品和品牌商品的趋势正持续增强。

CBI指数从2025年一季度的63.38上升至二季度的65.17。指数显示,在“6·18”“双11”等大型购物节所属季度,消费者更倾向于选择优质品牌产品,而非低价白牌商品。这说明电商平台的大型促销活动已成为推动品牌经营和品质消费的关键节点。

据悉,中国线上消费品牌指数(CBI)由北京大学国家发展研究院、北京大学数字金融研究中心、中山大学商学院合作开发,淘天集团为报告提供技术支持。指数刻画了我国消费品质的变化,助力宏观监测实现量、质、价的全面覆盖。

课题组分析认为,电商购物节成为品牌消费主场的原因主要有两方面:一方

面,消费者对购物节的时间节点已形成稳定预期,品牌商家在此期间进行折扣促销,既能够吸引消费者集中释放需求,又不会对品牌定位产生负面影响;另一方面,随着经济持续发展,我国消费者对品牌商品的需求也在不断上升。

为了鼓励消费品牌创业创新,本期CBI指数报告新增了“快消新锐品牌榜”专题研究。上榜的50个品牌中,有48个为来自中国内地的新兴品牌,显示出中国快消行业在创业与创新方面的回暖趋势与增长潜力。

课题组指出,高价值人群的消费偏好以及消费者的复购行为,是快消新锐品牌实现从“网红”向“长红”转变的关键因素。新品牌需从“流量思维”转向“用户生命周期管理”,通过持续的产品创新和优质服务体验绑定高价值用户,从而摆脱昙花一现的发展困境。

(新华)



(CFP供图)