

陶然论金

□ 郭子源

# 消费贷“打折”是双赢之举

进入暑期，消费贷款开始“打折”了。近期，多家商业银行推出消费贷款限时优惠，具体内容涵盖利息抵扣、一定金额的贷款贴息以及微信立减金等，部分消费贷款的年化利率已降至3%左右，具体消费场景则突出暑期特征，聚焦度假旅行、亲子游学等。

合理增加消费贷款是改善居民消费能力的有效途径之一，但对于消费贷，部分消费者仍存疑虑——消费要根据收入、储蓄情况量力而行，为什么要“借钱消费”？实际上，消费贷款并非鼓励消费者寅吃卯粮、提前透支，而是为了满足“急用钱”需求以及机会成本较高的消费支出需求。一方面，面对家电、装修等相对大额的急需，有人会陷入资金暂时周转不开的困境；另一方面，当

消费者拥有一个预期收益较高的投资机会，但又同时需要购入较为昂贵的商品时，如果他把钱用于后者，那么他将损失投资收益，为了降低机会成本，部分消费者倾向于借钱消费，而将自有资金用于投资。

对于消费者来说，消费贷“打折”在一定程度上有利于增强其消费能力。增强消费能力的主要渠道通常有两种，一是做“加法”，多渠道增加居民收入；二是做“减法”，切实降低消费成本。消费贷“打折”最直接的效果是降低消费者财务成本。需要注意的是，为了降低居民个人消费信贷成本，财政部等3部门已于今年1月优化实施个人消费贷款贴息政策，居民使用个人消费贷款，只要是用于消费的，都可以享受1个百分点的贴息，并将信用卡账单分期业务纳

入贴息支持范围。商业银行近期推出的消费贷款限时优惠，将与消费贷款贴息政策形成合力，进一步降低消费者的财务负担，提高消费意愿，增强消费能力。

从短期看，消费贷款“打折”确实降低了银行的利息收入，但从长远看，银行也获得了两方面收益。一方面，通过消费贷“打折”活动获取了更多增量客户，并进一步增强了存量客户的黏性。客户数量与银行活期存款密切相关，活期存款的利率很低，属于银行“便宜”的负债，因此，银行若能获得稳定的活期存款，将有助于降低负债端成本、增强经营稳健性。另一方面，从资产质量角度看，尽管近两年消费贷款的不良率有所上升，但消费贷款依然属于较为优质的资产，能够为银行创造较为稳定的利息收入。

既然是双赢之举，接下来，应借助消费贷“打折”形成的业务增量，进一步优化服务质量，不仅要吸引消费者，更要留住消费者，切实增强消费者的获得感与便利度。目前，与第三方支付平台的消费贷款服务相比，商业银行消费贷款服务的优势是资金价格低，短板是与消费场景的融合度不够。试想，如果消费者在购买商品与服务时无法直接选择贷款，反而需要先去银行申请贷款再拿贷款支付，便利度与体验感将大幅下降。为此，商业银行可进一步加强与衣食住行等各类消费场景、商家的合作力度。国家统计局最新数据显示，今年1月至5月，服务零售额同比增长5.4%，速度持续高于商品零售额增速。商业银行有必要重点关注服务消费场景，提供更好的消费信贷服务。

财金纵横

□ 本报记者 尚 咲 董碧娟

# 从“要我守信”到“我要守信”

2026年，税务部门共对5466.9万户经营主体进行评价，较上年度增加490.3万户。评价结果显示，诚信纳税缴费经营主体数量稳步增长，近千万户经营主体信用级别提高，主动修复信用的经营主体数量快速增长，近4万户个体工商户自愿参评。随着系列政策不断完善，我国经营主体纳税缴费信用持续向好，依法纳税缴费的社会氛围更加浓厚，为合规守信经营、优化营商环境注入了新动能。

## 强化政策激励

此次评价结果显示，全国守信经营主体达4711.1万户，同比增长8.6%。其中，纳税缴费信用级别最高的A级经营主体约788.4万户，占比为14.4%。在诚信主体数量稳步提升的同时，971.7万户经营主体信用级别较上年度提升，同比增长44.1%。其中，439.6万户经营主体从B级升至A级，10.4万户从信用较低的C级提升至信用较高的B级。

吉林财经大学税务学院院长张巍表示：“守信经营主体数量和级别的持续提升，反映出企业合规经营意识显著增强，越来越多的企业将诚信纳税作为自觉选择，合规经营正在从外部约束转化为内部驱动。”

近年来，税务部门持续完善税务领域信用评价机制，不断拓展参评主体和评价事项，为全社会信用向好提供制度保障。2025年7月1日起施行的《纳税缴费信用管理办法》（以下简称《办法》），聚焦热点诉求拓展评价范围、优化评价指标、完善修复标准，进一步优化纳税缴费信用管理。比如，将全国统一征收、具备条件的社保费和非税收入事项纳入信用评价，结合按期申报和缴费情况，综合评价纳税缴费信用级别，更加全面地反映经营主体信用状况；优化不能评为A级的情形，明确因存在未抵减完的增值税留抵税额、享受增值税加计抵减政策等情况，连续3个月或累计6个月增值税应纳税额为0，不影响经营主体评为A级。

2026年3月，国家税务总局、国家金融监督管理总局联合印发《关于进一步深化和规范“银税互动”工作的通知》，是对自2015年起两部部门联合开展“银税互动”助力小微企业发展活动的再升级，合力将纳税信用变为实实在在的“真金白银”。截至2025年底，全国银行业金融机构已累计通过“银税互动”为小微企业发放贷款4517.72万笔，贷款金额15.7万亿元，可见

纳税信用正成为企业融资发展的金名片。

张巍表示，诚信主体数量和级别提升的背后是税收信用评价体系持续优化，为更多企业达到更高信用等级创造了条件。此外，信用激励效应正持续释放，信用“变现”渠道的拓宽和守信激励的示范效应吸引更多企业主动提升信用等级。

中央财经大学财政税务学院院长樊勇认为，各类经营主体守信经营、主动增信意识显著提升，纳税缴费信用评价的正向激励与约束作用有效显现，推动营商环境持续优化。

## 完善信用修复

安徽沪江钢结构有限公司2024年纳税缴费信用级别为A级。2025年，企业因未按期申报和缴纳环境保护税产生违规行为，虽已主动整改，但因失信记录未消除，纳税缴费信用被降至B级。企业信用降级后，对订单量和营业收入产生影响，经营发展受到制约。为尽快修复信用、全面提升合规水平，企业搭建“1+N”综合涉税信用管理体系。“1”即以《办法》为遵循，“N”即配套税费申报、票据管理、台账归档、信用维护等多项制度细则，系统梳理涉税风险点、编制合规指引、规范全流程操作，推动涉税管理从碎片化向制度化、标准化、规范化全面升级。同时，搭建合规风险库，建立常态自查、定期复盘机制，从源头规避失信风险。根据整体守信修复政策，企业在失信行为纠正后连续6个月无新增失信行为记录，纳税缴费信用级别成功修复为A级。在良好信用加持下，企业订单稳步增加，发展态势强劲，2026年1月至5月申报缴纳税费121万元。

这一信用修复故事并非孤例。2026年纳税缴费信用综合评价结果显示，有1815.4万户经营主体主动纠错、修复信用，较上年度增加417.8万户，同比增长29.8%。其中，388.1万户经营主体修复信用后，实现信用级别的提升。张巍表示：“这些数据直观反映了信用修复政策的广泛覆盖面和实际成效，亮眼之处不仅在于数量多，更在于‘主动’二字。越来越多企业主动纠错、申请修复，反映出企业对信用价值的认知正在深化，纳税缴费信用不再只是被动接受的评价结果，而是可以主动管理和提升的资产。”

当前，企业纳税信用修复有了更便捷、更有温度的通道。相较于以往修复空间有限、等



待周期长的情况，《办法》进一步完善了纳税缴费信用修复标准，加大了轻微失信行为修复力度，建立了欠税指标渐次修复机制，新增了“整体守信修复”情形，细化了直接判为D级的指标修复条件，对符合条件的经营主体，允许其通过主动纠正失信行为、作出信用承诺等方式修复信用。比如，此前欠税缴费信用修复设置“全额缴清方可修复”的刚性门槛，部分经营困难企业因没法一次性缴清陷入“信用修复无门、生产经营承压”的困境。《办法》突破性引入欠缴税费指标渐次修复机制，根据企业补缴税款占比和补缴及时性，综合计算信用修复加分，让企业早补缴、多补缴、快提分。

张巍表示，《办法》等守信修复政策，构建了制度化、规范化、人性化的修复体系，直击企业“失信易、修复难”的痛点，打破“一处失信、处处受限、长期困扰”的惯性约束，破解了修复难题。同时，以整体守信修复机制和欠缴税费指标渐次修复机制两大创新机制降低了修复门槛，以治理理念升级推动从被动合规向主动守信转变。

## 增强合规意识

《办法》明确，个体工商户和从事生产、经营的其他类型纳税人缴费人可自愿申请纳入纳税缴费信用管理。今年有3.7万户个体工商户自愿申请参评，反映个体工商户守信增信意识不断增强。其中信用级别较高的A级、B级个体工商户占比分别为35.7%和40%。

“近4万户个体工商户主动申请纳入纳税缴费信用管理，是纳税人缴费人税法遵从度提升、社会信用体系建设向纵深推进的积极信号。”中央民族大学经济学院财政系主任蔡萌认为，《办法》将个体工商户纳入“自愿申请”范畴的制度设计切合实际，回应了经营主

体提升信用、规范经营的现实需求。个体工商户主动参评体现出其依法纳税缴费、以信用促发展的意识日益增强。

蔡萌表示，评价结果的结构特征值得关注：信用级别较高的A级、B级个体工商户占比超过75%，反映出主动参评群体整体守信状况良好，具备较强的税费合规基础。纳税缴费信用评价的意义，不仅在于形成信用等级，更在于通过守信激励，把良好信用转化为办税缴费、融资授信等多方面便利。下一步，应进一步扩大政策知晓度，强化评价结果的跨部门共享应用，持续厚植社会信用基础。

为推动包括个体工商户在内的各类经营主体守信增信意识不断增强，各地税务部门正积极行动。吉林税务部门将深化“银税互动”等信用应用场景，让守信企业在融资授信、招标采购、行政审批等更多领域享受到信用红利。重庆税务部门将加强纳税信用修复提醒，按重点行业、重点企业、重点群体分类开展纳税信用修复辅导，引导符合修复标准的企业及时开展信用修复。为帮助新办企业快速熟悉办税流程、掌握税费政策，江西税务部门联合市场监管部门常态化开展“开业第一课”专项培训，聚焦新办企业最关心的登记注册、发票申领、纳税申报、社保缴费等基础事项和相关税费政策，开展合规经营“启蒙教育”，引导企业迈稳经营第一步。

国家税务总局有关司局负责人表示，下一步，税务部门将持续提升纳税缴费信用管理水平，不断完善纳税缴费信用评价体系，引导经营主体合规经营、诚信纳税缴费，进一步发挥纳税缴费信用在社会信用体系中的基础性作用，更好服务经济社会高质量发展。

上市公司再融资规则将迎来调整。近日，中国证监会对《上市公司证券发行注册管理办法》与《北京证券交易所上市公司证券发行注册管理办法》以及配套规则进行修改，并向社会公开征求意见。

此前，证监会主席吴清在2026陆家嘴论坛上表示，证监会将深化再融资改革，抓紧修订《上市公司证券发行注册管理办法》等制度规则，加快推出储架发行等机制，进一步提升灵活性和便利度。

再融资是资本市场投融资功能的重要组成部分，是上市公司融资的主要渠道。“十四五”期间，上市公司再融资规模合计3.8万亿元，占股权融资总额的64%，在培育创新资本、积蓄发展新动能方面发挥关键支撑作用。

2023年2月全面注册制落地后，资本市场建成统一适用于沪深各板块上市公司的再融资监管规则体系，经过持续深化改革，整套再融资制度框架完备，市场化约束机制运行有效，市场整体运行平稳向好。为更好适应市场出现的新形势和新变化，推动再融资更为便利快捷，此次证监会对再融资相关规则进行了修改。

再融资对于上市公司借助资本市场发展壮大、做优做强具有重要意义。从此次修改内容看，主要包括建立储架发行制度，优化小额快速融资制度、实行统一的市价发行定价机制、简化上市公司向控股股东定向增发条件，进一步明确募集资金投向主业等监管要求，加强可转债投资者保护等举措。

其中最受市场关注的主要集中在三方面，一是建立储架发行制度，即允许上市公司一次批文、在两年内分批多次发行融资。目前定增等主流再融资品种尚未建立此制度，本次修改拟补足这一制度短板，允许定增采用储架发行，便于企业根据市场情况选择发行时机，引导其理性融资、有序融资，减少一次性大额融资对市场的扰动。

据悉，该制度将优先选取信息披露规范度高的上市公司先行试点。北京大学光华管理学院院长、博雅特聘教授田轩认为，储架发行能够让轻资产、高成长创新企业及时获得研发投入与规模扩张所需资金，匹配企业成长节奏。对于科技企业而言，研发投入的窗口期往往稍纵即逝，若每次融资都要经历数月审核，很可能错过最佳时间窗口。储架发行相当于给优质企业发放了一张“额度授信”，在有效期内根据实际需求分次发行，既能抓住市场窗口，又能避免一次性大额融资对股价造成冲击。

二是优化小额快速融资制度。按照扶优限劣的原则，本次修改拟对运行规范良好的上市公司，在拟融资规模不超过净资产20%的前提下，沪深交易所上市公司小额快速融资上限从3亿元提升至6亿元，净资产超过100亿元的特大型企业小额快速融资上限提升至10亿元；上交所上市公司小额快速融资上限从1亿元提升至2亿元。在业内人士看来，该政策有助于便利企业快速融资，抓住机遇，加快发展。

三是实行统一的市价发行定价机制。在现行制度下，大股东和战略投资者参与定增，可以在董事会决议时就提前锁定价格。由于提前锁定价格与实际发行时市场价格可能存在较大差异，导致产生利益输送质疑，或导致发行失败。本次修改拟统一要求定增以发行期首日市场价格为基准确定价格，更加体现对中小投资者的保护。

此外，本次修改优化了财务性投资等相关要求，进一步强调募集资金应当投向主业。据记者了解，2023年8月，监管部门针对融资过于频繁、募集资金投向脱离主业、财务性投资比例过高等问题采取一系列监管措施，总体取得较好效果，这些做法拟在本次修改中上升为正式规则。

本版编辑 曾金华 美编 吴迪

## 湖州师范大学艺术学院

# 推进公共艺术品牌化建设 以景村一体化擘画山区富民文旅新路径

浙江省丽水市遂昌县濂竹乡以公共艺术品牌化建设为抓手，依托公共艺术纽带推进景村一体化建设，从空间规划、文化IP、产业融合、运营机制、要素保障、风险防控六方面系统施策，走出品牌化艺术赋能、景村共建、全民共富的山区文旅路径，为全省山区县艺术乡建提供可复制样板。

党的二十大提出坚持以文塑旅、以旅彰文，推进文化和旅游深度融合。湖州师范大学艺术学院长期深耕艺术赋能乡村振兴，紧扣浙江省“社科赋能山区海岛县高质量发展行动”工作导向，积极开展“艺术美乡村”“同筑共富示范村”“乡村博物馆示范点”“青年艺术家驻村基地”等艺术实践，持续输出文创设计、景观营造、非遗传承专业力量，形成校地协同助乡长效模式。濂竹乡坐拥千年金矿遗址、原生态农耕风貌与特色非遗资源，却长期存在景村边界分隔、客流单向流动、产业链短、村民增收渠道狭窄等短板。湖州师范大学艺术学院携手乡政府立足本土资源，系统性推进公共艺术品牌塑造与落地，以品牌化公共艺术打通景村发展壁垒，同步推进金矿5A景区创建、乡村全面振兴与群众稳定增收，为资源型山区乡镇转

型探索可行路径。

## 全域统筹空间布局 打通景村融合通道

构建“一核一廊三片区”发展格局，盘活闲置民居打造乡村公共艺术博物馆，承载研学、文创、游客服务多功能。统筹资金打造金矿至治岭头艺术廊道，沿线布设矿山雕塑、乡土墙绘，以连贯艺术景观引导景区客流下沉乡村，同步改造金矿体验、山地民宿、田园农耕三大片区，统一规划管护，消融景村物理边界。配套慢行步道、休憩驿站、景观小品，串联矿区与田园，打造主客共享、全域贯通的艺术乡村旅游空间，显著提升游客游览体验与停留时长，推动景区流量高效转化为乡村发展增量，真正实现景村空间无缝衔接、客流双向互通，形成一步一景、移步易景的沉浸式游览动线。

## 深挖本土文化根脉 塑造特色文旅IP

组建宣传、文旅联合专班，围绕“金韵流芳·乡艺共荣”主线，挖掘矿山、农耕、布衣拳非遗元素，提炼标准化视觉符号，搭建统一视觉艺术体系。升级金矿景区光影、互动艺术装置，丰富矿洞、观光小火车沿线文化体验；

盘活古民居打造艺术家驻留与非遗展演空间，常态化举办乡土艺术市集、民俗体验活动，面向青年开设非遗手工课堂，扩大乡土文化传播覆盖面。统一全域导视、宣传物料设计，依托在地文化打造专属文旅品牌，讲好濂竹金矿乡土故事，有效化解文旅行业同质化竞争难题。

## 多元融合文旅产业 拓宽群众增收渠道

围绕“艺术+农业、旅游、文创”延伸全链条增值产业链，打造艺术农田，设计特色农产品艺术包装，培育“濂竹·黄金作物”区域品牌。扶持“小小矿工”研学、艺术民宿、夜游体验等新业态，搭建公共艺术工坊，联动高校与本地匠人开发矿石文创，推动文创产品进村入景。推行景村联票、客源互送联动营销，摆脱单一门票经济。通过集体分红、就近务工、房屋租赁等多渠道，带动留守村民就地就业，稳步壮大村集体经济，持续释放共富效能，让村民持续共享文旅发展红利。

## 创新协同运营模式 搭建共建共享体系

设立县级景村协同领导小组、乡镇艺术

乡建办公室，实行项目清单化闭环管理，定期调度推进落地，及时协调解决项目推进中的土地、资金、合作纠纷。推广“村集体+运营企业+艺术家工作室”三方运营模式，统一规范业态、宣传、艺术设施运维标准。完善资源入股、收益分红分配细则，清晰划定各方收益比例，保障村集体与村民持续收益。创新“艺术银行”托管模式，盘活闲置农房、校舍对接艺术创作运营，平衡多方主体权益，构建权责清晰、互惠长效运营架构。

## 整合各类资源要素 筑牢项目落地支撑

将景村融合项目纳入县域国土、全域旅游规划，优先保障用地，积极申报省级专项资金，构建财政、社会资本、村集体多元投入渠道，资金重点投向艺术营造、基础设施、矿山生态修复与新业态培育。深化校地长期合作，落地艺术家驻留计划，共建实践基地，常态化开展村民文旅技能培训，培育本土服务人才。依托湖州师范大学艺术学院专业优势，师生团队参与景观设计、文创开发、品牌视觉打造，输出成熟艺术乡建设计方案。

## 严守发展底线红线 推动生态人文协同发展

统筹生态、文化、民生风险防控，对废弃矿山采用“生态修复+轻量化艺术改造”，杜绝大拆大建损毁原生山水风貌。建立收益全程公示制度，定期公开收支明细，保障村民监督权利。实行专家、村民双轨艺术品评机制，确保艺术作品贴合乡土气质。常态化开展文旅市场研判，布局差异化文旅产品，统一全域宣传，规避低价内卷，实现生态保护、文化传承、产业发展协同共进，守住绿色发展与文化本底两条底线，实现长久稳定良性发展。

公共艺术品牌赋能景村共生，是山区统筹物质文明与精神文明、推进共同富裕的生动实践。濂竹乡整合景村资源打造特色公共艺术品牌项目，正是“社科赋能山区海岛县高质量发展行动”成果在地转化的典型案例，其富民文旅模式吸引多地乡镇观摩，示范效应持续扩大。湖州师范大学艺术学院将驻乡持续深耕艺术乡建，做强公共艺术品牌，丰富沉浸式业态，深挖乡土文化，力争短期建成示范样板，中长期打造浙西南艺术文旅地标，为全省山区景村融合发展输出可复制的遂昌经验。（杨子奇·广告）