

理性看待房贷利率市场化差异

财政货币政策发力提效

个人住房贷款市场利率市场化后，存量房贷利率已降至3%以下，一时间引发市场高度关注，相关讨论聚焦房贷利率是否将进一步下行、房地产市场供需将如何变化等话题，看法众说纷纭。

实际上，房贷利率降至3%以下并非全国普遍现象。一方面，“2字头”房贷利率更多出现在存量个人住房贷款，而非新发放贷款。其主要原因是，部分借款人此前与银行约定房贷重定价事项时，在LPR（贷款市场报价利率）的基础上减点较多，随着5年期以上LPR近年来持续下行，其存量房贷利率也随之下行，并且已于近期降至3%以下。另一方面，新发放住房贷款的利率仍普遍保持在3%以上，仅个别城市的外资商业银行可发放利率3%以下的房贷，但借款人需在个人资信方面满足较高条件。

目前，我国房贷利率已经实现市场化，首套房、二套房贷款利率均不再设置全国层面政策下限，商业银行可根据借款人的风险状况，自主决定利率水平。与此同时，我国房地产市场又具有明显的区域性特征，各地的经济发展水平、产业结构、人口结构均有差异，住房的供给需求也不尽相同，房贷利率“因城而异”也属于正常现象。

因此，近期出现的房贷利率降至“2字头”现象，属于在房贷利率市场化的背景下，部分地区的个别商业银行的市场化行为，不必过度解读。当前，我国房贷利率水平保持平稳。中国人民银行最新发布的数据显示，今年6月，新发放个人住房贷款利率约为3.1%，与上年同期基本持平。个别银行之所以聚焦少数资信较好的借款人、推出“2字头”低利率房贷，从经营管理角度看，其主要目的是以价换量，抢抓市场份额，稳定资产端规模。

从长期角度看，房贷利率走势受到5年期以上LPR走势、房地产市场供需变化等多方因素影响。一方面，当前绝大多数房贷利率与5年期以上LPR挂钩，如果后者生变，房贷利率也将随之改变；另一方面，在一系列政策“组合拳”的推动下，今年上半年，我国房地产市场已经出现积极变化。其中，一线城市商品住宅销售价格环比连续4个月上涨；全国商品房待售面积连续4个月下降，截至今年6月末，全国商品房待售面积同比下降0.9%，降幅比上年扩大0.5个百分点；二手房交易较为活跃，今年上半年，二手房网签面积同比增长10.2%，增速比1月份至5月份加快2.5个百分点；房地产市场预期也有所改善。

当前，作为房地产市场信贷供给的重要组成部分，个人住房贷款的资金价格仍保持在低位。今年以来，部分地区对房贷开展贴息，切实降低购房者的财务负担，例如，对在一定时间段内完成“卖旧买新”的购房者给予贷款贴息，对使用公积金和商业贷款购买首套新建商品住房的青年人才给予贷款贴息等。

接下来，随着房地产市场供需关系逐步改善、市场预期有所回升，各地将继续按照因城施策原则，控增量、去库存、优供给，推动房地产市场平稳健康发展。

一些跨省涉税业务以前需要两地跑，现在不用来回折腾，轻点鼠标就能轻松办理；境外旅客购物离境退税“即买即退”，以前需要在指定口岸离境，现在可打破区域限制实现异地互认，更好支持跨省游；以前在加油站，消费者加完油开票需要人工录入，今年11月起可自动生成发票直接推送到人……今年以来，税收改革锚定民生痛点与关键领域发力提效，为经济高质量发展保驾护航。

多措并举“反内卷”

7月30日召开的中央政治局会议对继续综合整治“内卷式”竞争、推动平台经济规范健康发展提出明确要求。一直以来，平台经济因强流动性和高虚拟化特征，让税收监管缺乏有效信息。2025年6月，国务院公布实施《互联网平台企业涉税信息报送规定》（以下简称《规定》），着力提升税收服务和管理效能，营造线上线下公平统一的税收环境。

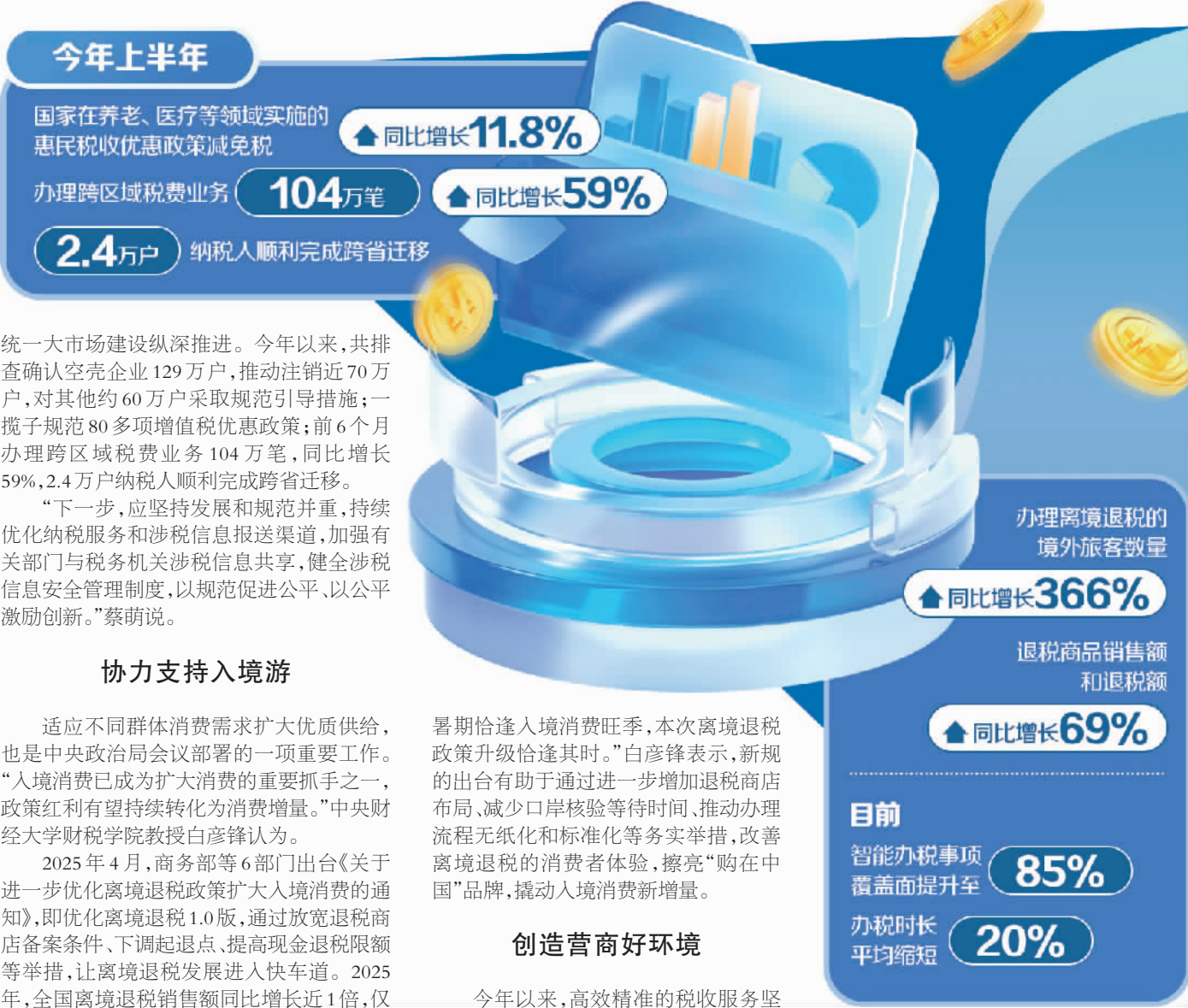
根据要求，互联网平台企业按季度报送涉税信息，应当在每季度终了的次月内，向其主管税务机关报送平台内经营者和从业人员的身份信息以及上季度收入信息。这一举措可以让监管部门更及时发现平台“内卷式”竞争、虚假“刷单”骗取流量等不当经营行为，有力促进平台经济规范健康发展。

国家税务总局近期发布的最新统计数据 displays，今年一季度报送涉税信息的平台数量为9692家，比2025年10月首报时增长39%，基本实现了应报尽报。同时，报送数据的准确度越来越高，今年一季度报送的平台内经营者和从业人员信息较去年首次报送分别增长21%、19%。《规定》的实施让个别平台内商户不办登记、刷单炒信、分拆收入等行为无处遁形。今年一季度，依法办理经营主体登记的平台内商户数量较去年首次报送时提升近10个百分点。

“《规定》为防治平台经济领域‘内卷式’竞争提供了制度基础和数据支撑，通过推动线上交易信息显性化、透明化，压缩部分经营主体通过逃避纳税义务形成不当税收成本优势的空间，促进形成以质量、效率和创新为支撑的良性竞争格局。”中央民族大学经济学院财政系主任蔡萌表示，《规定》实施以来，平台企业涉税信息报送质效不断提升，商户税法遵从持续增强，线上线下税负差异进一步缩小，平台经济运行秩序更加规范。这既有利于提升税收服务与管理效能，也有利于保护纳税人合法权益，为合规经营者提供稳定的制度预期，使其在公平税收环境中增强发展信心。

在推动《规定》平稳落地的同时，税务部门还通过排查空壳企业纠治开票经济、规范税收优惠政策严防“政策洼地”，推动全国范围内税务执法“一把尺子量到底”、优化纳税人跨区域办理税收业务流程等多项举措加力整治“内卷式”竞争，推动全国

税收改革促发展惠民生



统一大市场建设纵深推进。今年以来，共排查确认空壳企业129万户，推动注销近70万户，对其他约60万户采取规范引导措施；一揽子规范80多项增值税优惠政策；前6个月办理跨区域税费业务104万笔，同比增长59%，2.4万户纳税人顺利完成跨省迁移。

“下一步，应坚持发展和规范并重，持续优化纳税服务和涉税信息报送渠道，加强有关部门与税务机关涉税信息共享，健全涉税信息安全管理制度，以规范促进公平、以公平激励创新。”蔡萌说。

协力支持入境游

适应不同群体消费需求扩大优质供给，也是中央政治局会议部署的一项重要工作。“入境消费已成为扩大消费的重要抓手之一，政策红利有望持续转化为消费增量。”中央财经大学财税学院教授白彦锋认为。

2025年4月，商务部等6部门出台《关于进一步优化离境退税政策扩大入境消费的通知》，即优化离境退税1.0版，通过放宽退税商店备案条件、下调起退点、提高现金退税限额等举措，让离境退税发展进入快车道。2025年，全国离境退税销售额同比增长近1倍，仅1年的销售规模，就基本等同于从2015年我国实施离境退税政策以来到2024年这10年的总和；办理退税人数达到27万人，比2024年增长3倍。

时隔一年，离境退税再次升级。今年5月，商务部、财政部、税务总局等6部门联合印发《关于加力优化离境退税措施扩大入境消费的通知》，推出离境退税2.0版，着力满足境外旅客更加细化的需求。比如，以前各地对享受“即买即退”服务的离境期限标准不一，新规统一延长至28天，让更多旅客享受到退税红利。以前，一些旅客因为遗失了纸质退税申请单和销售发票，无法办理退税。新规推行退税无纸化办理，海关、代理机构输入旅客身份信息后，系统可自动调取退税申请单和发票信息。

目前，离境退税2.0版已加速落地。记者从上海市税务部门获悉，上海已上线数字化工具，实现各大商圈2.0版自动退税机全覆盖，境外游客办理退税流程大幅简化。尼泊尔游客普拉贾帕蒂在上海新世界新九中心购物后，现场体验退税服务，全程用时约2分钟，她表示办理流程简单高效、十分便捷。

“近年来，随着我国新质生产力不断发展，各种兼具中国风和科技感的升级商品日益激发了境外游客来中国‘买买买’的热情。

暑期恰逢入境消费旺季，本次离境退税政策升级恰逢其时。”白彦锋表示，新规的出台有助于通过进一步增加退税商店布局、减少口岸核验等待时间、推动办理流程无纸化和标准化等务实举措，改善离境退税的消费者体验，擦亮“购在中国”品牌，撬动入境消费新增量。

创造营商好环境

今年以来，高效精准的税收服务坚持为民便民，更好满足纳税人缴费人合理需求，为企业发展创造更优税收营商环境。

首先，智慧开票再次升级。国家税务总局在前期试点基础上，印发《关于在成品油零售领域全面推广“交易即开票”有关事项的公告》，明确自2026年11月1日起，在全国成品油零售加油站全面推广“交易即开票”，实现加油交易与发票开具无缝衔接。此项改革聚焦长期以来消费者加油开票普遍存在每次均需提供信息、事后补票难度大等问题，通过“交易即开票”模式深度绑定加油交易全流程，实现消费者完成加油支付后，自动生成发票并直接推送至消费者。

其次，便民办税“春风”不断。今年税务部门接续第13年开展“便民办税春风行动”，创新推出系列新举措，更好利企便民。目前，智能办税事项覆盖面已提升至85%，办税时长平均缩短20%。税务部门还在停车场、商超零售、餐饮住宿等民生领域试点推行“支付即开票”，提升了消费者用票效率和体验。税费诉求也得到加快解决，税务部门着力推动从“接诉即办”向“未诉先办”转变，截至今年6月份，总局和省局两级税务部门收集解决各类共性诉求3800多条，及时解决经营主体急难愁盼问题。

再次，服务小微更加贴心。税务部门联合多部门开展“春雨润苗”专项行

动，累计建立协作机制127个，共享数据2.7亿条，助力小微经营主体健康发展；积极推进与水利、商务、自然资源等部门数据共享，进一步优化业务办理体验；加力推进“税路通”跨境税收服务品牌建设，累计发布115个国别（地区）税收指南、98个跨境问答等，更好护航企业“走出去”。

“我们企业常年承接中国与东盟铁路运输等国际运输业务，跨境涉税事项繁杂。特别是新旧增值税政策衔接时，常对政策变化把握不太准。”陆海新通道运营有限公司有关财务负责人表示，近期国家税务总局发布了首个跨境税收行业类指引《国际运输涉税服务指引》，系统梳理了各类税费申报流程，配套系列电子资料，手机扫码即可随时查阅，为企业处理各类跨境运输涉税业务提供了清晰指导。

下一步，如何持续优化税收营商环境，支持企业创新发展？北京国家会计学院副院长李旭红表示，坚持依法依规组织税费收入，保持合理宏观税负水平，严守不收“过头税费”底线，确保各项税费优惠精准直达、规范落实。同时，围绕科技创新、先进制造、绿色转型和小微企业发展，发挥结构性税收政策的引导作用，支持企业增加研发和设备投资。此外，规范招商引资涉税行为和税费优惠政策，推动政策统一适用、执法规范公正，为各类经营主体营造稳定、公平、透明、可预期的发展环境。

信托业整体盈利

信托业整体盈利

信托业整体盈利

信托业整体盈利

信托业整体盈利

信托业整体盈利

信托业整体盈利

信托业整体盈利

信托业整体盈利

信托业整体盈利

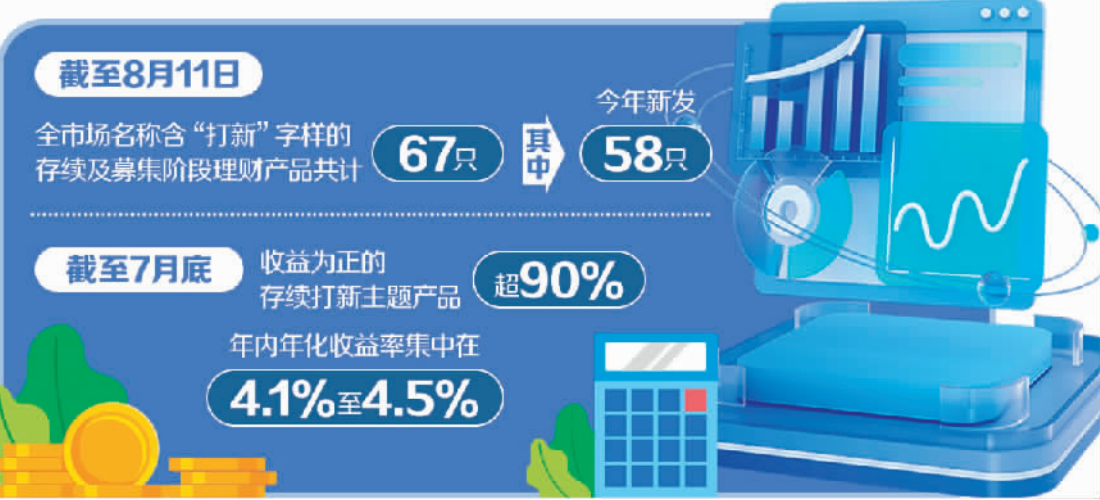
信托业整体盈利

信托业整体盈利

信托业整体盈利

打新策略产品成理财新宠

本报记者 赵东宇



打新理财产品正在成为银行理财市场最受关注的策略品种之一。中国理财网数据显示，截至8月11日，全市场名称含“打新”字样的存续及募集阶段理财产品共计67只，其中58只于今年新发。打新给投资者提供了一个参与新股申购的通道。今年以来，新股上市首日平均涨幅超过260%，赚钱效应明显。但对普通投资者而言，打新不仅需要股票底仓，还要凭运气抽签，中签率往往低到只有万分之几。于是，理财公司看准了这个需求，推出打新策略理财产品，让投资者可以“曲线参与”——不必自己配置底仓，也不用操心申购流程，由机构代为完成。

理财公司积极参与打新，这一趋势有着明确的政策背景。2025年1月，中央金融办、证监会等6部门联合印发《关于推动中长期资金入市工作的实施方案》，提出在参与新股申购、上市公司定增、举牌认

定标准方面，给予银行理财与公募基金同等地位。中国邮政储蓄银行研究员娄飞鹏认为，除了政策的“松绑”，理财公司参与打新还受到两股力量的推动：一方面，传统固收产品收益率持续下行，打新提供了相对可控的超额收益；另一方面，今年新股上市首日涨幅确实可观，理财公司借打新布局权益赛道，也是在完善产品矩阵。

自A股新股申购对银行理财开闸后，多家理财机构开启A股打新试水。此外，工银理财、中邮理财、招银理财等还拓展至港股打新市场。今年7月，科创板新成长鑫科技上市，宁银理财、兴银理财、中邮理财等5家机构旗下29只产品成功获配，合计获配金额超3900万元，被市场视为理财资金在硬科技领域的配置实践。

与此同时，不少银行加大推介力度，将打新作

为理财产品营销的重要卖点；招商银行在手机客

户端设立理财“打新专区”，涵盖北交所打新、港股IPO打新等多条产品线；平安理财通过微信公众号向个人投资者推介打新主题产品。

业内人士认为，头部理财子公司依托投研团队、资金规模及网下询价资质等优势，预计将持续丰富打新相关产品线，中小机构受权益投研实力和资金体量制约，会更多地选择代销外部产品参与该赛道。整体来看，打新理财业务的扩张节奏最终取决于新股市场长期收益表现、监管导向以及机构自身风控体系的建设水平。

从收益表现看，打新策略确实为理财产品提供了可观的收益弹性。截至7月底，存续打新主题产品超90%产品收益为正，年内年化收益率集中在4.1%至4.5%。这正是打新策略的吸引力所在，能够在固定收益持续压缩的环境下，提供一个相对确定且风险可控的收益来源。

不过，打新理财产品并非稳赚不赔。这类产品采用固收打底、打新增厚收益结构，但长期收益的持续性受新股发行节奏、市场情绪等多重因素制约，不能简单认为打新理财产品整体优于普通理财产品。娄飞鹏提示，投资者配置打新理财产品要注意3个风险点：一是权益底仓波动的风险，股市下行时底仓的浮亏可能抵消打新收益甚至拖累净值；二是新股收益不确定的风险，新股存在股价跌破发行价的可能，加上机构扎堆参与，配售份额被稀释后超额收益也会变少；三是流动性约束的风险，涉及港股打新、定增的产品通常设有锁定期，中途无法灵活赎回。他建议投资者关注产品风险等级与自身承受能力的匹配度、封闭期与资金使用规划是否冲突，以及理财公司自身的权益投研能力。