

陶然论金

房贷长短要看两个关键变量

半年报里看发展

于缩短房贷期限,表示“不愿意为银行打工”。这从上市银行陆续披露的2026年半年报中可见一斑。据初步统计,今年上半年,6家国有大型商业银行房贷余额减少超5000亿元。另一方面认为,延长房贷期限能减轻每月现金支出压力。房贷期限短一些好,还是长一些好?这不是一道简单的选择题,需要算清背后的几个重要数字,才能作出契合自身实际需求的理性决策。

先说当前市场热议的“延长期限”。8月28日,国家金融监督管理总局、中国人民银行印发《个人住房贷款管理办法(试行)》,房贷期限的上限从30年延长至40年。需注意,40年只是上限,并不意味着购房者确需偿还40年房贷,而是为购房者提供了更多选择。购房者最终能从银行借到具体多长期限的房贷,要根据其信用资质、还款能力、用款需求、年龄等因素综合确定。

延长期限虽然降低了每月还款总额,但增加了利息总额,在贷款利率不变的前提下,贷款期限越长,借款人需要偿还的利息越高。以100万元贷款本金、3%房贷利率、等额本息还款方式为例:从月供角度看,40年期房贷的月供为3580元,30年期房贷的月供为4216元,前者为购房者减轻了每月财务支出压力;但从利息角度看,40年期房贷的利息总额为718325元,而30年期房贷利息总额为517774元,如果延长房贷期限10年,购房者需要多偿还利息约20万元。

延长房贷期限还有一个不易被察觉的角度:如果该笔房贷的期限为5年期以上,其利率通常不会随着贷款期限的拉长而上升,这在一定程度上为借款人节约了成本。对于其他类贷款来说,一般情况下,贷款期限越长,利率越高,即长期资金价格高于短期资金价格。因为对于资方来说,钱借出去的时间越长,不确定性越大,借出资金的机会成本也越高,为此需要额外收益作为补偿,即提高贷款利率。目前,除了少数5年期以内贷款,我国绝大多数房贷利率均与5年期以上LPR(贷款市场报价利率)挂钩。当前,个人住房新发放贷款利率保持着较低水平。最新统计数据显

示,今年6月,个人住房新发放贷款利率约3.1%,与上年同期基本持平。再说“缩短期限”,也就是市场高度关注的“提前还房贷”现象。缩短房贷期限后,借款人需要偿还的利息总额下降,但每月需偿还的金额上升。与延长期限相比,借款人的整体财务负担降低,但月供压力在一定程度上有所增加。

对于购房者来说,房贷期限长短选择,主要看两个关键变量:一看自身收入的长期走势变化,二看自身每月支出的综合需求。如果购房者年龄相对较小,不是固定收入人群,确定自身的未来收入将逐年增加且增幅较大,同时每月的各类消费支出较大,适当延长房贷期限或许更合适。一方面,这将减轻购房者早期的月供压力;另一方面,合同中约定的房贷利率属于名义利率,购房者支付的实际利率是名义利率减去通货膨胀率,从理论上看,在存在通货膨胀的情况下,购房者支付的实际利率将随时间推移逐步下降。如果购房者年纪较大且有固定收入,预计自身收入无法走在价格水平、生活费用上涨之前,同时每月各类消费支出较少,那么缩短房贷期限、提前还款或许更好。

本版编辑 尚 咲 美 编 倪梦婷

劳务派遣征税新规推动“持证竞优”

本报记者 董碧娟

随着增值税法正式施行,关于劳务派遣服务差额征税的规定迎来重要调整。“此前,行业内对于‘是否必须持牌才能差额征税’理解不够到位。一些未取得《劳务派遣经营许可证》的人力资源公司、管理咨询公司,仅凭劳务外包合同就自行按差额征税申报。”厦门大学管理学院教授李成表示。

《财政部 税务总局关于增值税法施行后增值税优惠政策衔接事项的公告》明确规定,劳务派遣服务,是指取得《劳务派遣经营许可证》的劳务派遣公司,为了满足用工单位对于各类灵活用工的需求,将员工派遣至用工单位,接受用工单位管理并为其工作的服务。新规明确许可证是享受差额征税的前置条件,意味着未取得对应资质的纳税人,即便实际从事类似劳务派遣业务,也应依法按全额计税(税率6%),不得自行适用差额征税政策。

此外,如果从事劳务派遣服务的企业总公司与分公司为独立核算的增值税纳税人,总公司取得《劳务派遣经营许可证》且分公司已按规定向所在地人力资源社会保障行政部门备案,分公司可按规定适用劳务派遣差额征税政策;总公司取得《劳务派遣经营许可证》但分公司未按规定向所在地人力资源社会保障行政部门备案,总公司可按规定适用劳务派遣差额征税政策,分公司则不能适用。

李成提示,除了经营资质外,新规对发票开具方式也作出明确要求:适用差额征税的纳税人,要将含税销售额和允许扣除的价款在同一张发票上分别列明,方能按含税销售额扣除相关价款后的余额计算税额。纳税人可通过电子发票服务平台的“差额征税—差额开票”功能模块开具发票。

过去,部分企业财务人员习惯将含税销售额开一张普票,并将代付的工资社保等扣除项目另开一张收据或零税率发票,认为“分开核算更清楚”。然而新规之下,

这种“分票开具”或“扣除项单独开票”的做法将不符合该项政策的开票规定。若税务机关发现同一张发票上未同时载明销售额与扣除额,将认定该企业未按政策规定开票,不得适用差额征税政策。

根据有关规定,适用差额征税规定从含税销售额中扣除价款时,应当以工资、福利支付记录,社会保险缴费记录以及住房公积金缴存记录为合法有效凭证,且留存备查。企业自身的管理费、办公费、场地租赁费、招聘费等其他成本费用,不能纳入扣除范围。差额扣除并非简单的“填个数就行”,无上述费用支付或缴费记录凭证的,不得扣除。若企业虚构工资表或虚列其他费用,不仅增值税差额征税违规,还可能影响企业所得税税前扣除的真实性,引发涉税风险。

据了解,上述政策调整规定自2026年1月1日起已开始实施。李成建议相关企业尽快自查三方面情况:一是核查自身是否具备《劳务派遣经营许可证》等资质,特别要确认许可证的有效期,临期应及时申请续办,避免因资质中断导致无法享受差额征税政策。二是完善财务核算台账,例如可单独建立派遣员工薪酬台账,按人按月归档工资发放记录、银行回单、社保缴费凭证、公积金缴存单等凭证,做到随时可查。三是加强开票管理,企业财务与开票岗应熟练掌握电子发票服务平台“差额开票”模块操作,规范开具发票,避免因发票开具错误导致无法适用政策。

“新规对劳务派遣行业既是挑战也是机遇。”李成认为,新规一方面能规范市场秩序,支持持证合规的企业用好用足税收优惠,倒逼部分无资质的违规经营主体逐步退出,推动劳务派遣行业从“野蛮生长”转向“持证竞优”;另一方面也充分保障了劳务派遣企业的员工权益。新规将优惠享受与员工的工资发放、社保缴纳记录等切身权益关联,从政策端兜牢劳务派遣人员的待遇底线,切实保障劳动者的合法权益。

加大投放力度

“中国作为最大的发展中国家,已经连续多年稳居全球第二大商品消费市场和第一大网络零售市场,而且按照有关口径,中国也是全球最主要的消费品进口市场之一,各国的产品在中国也深受欢迎。所以消费需求正在成为中国经济增长的主动力,这一点日益凸显。”财政部副部长廖岷在近期举行的国新办新闻发布会上表示。

在此背景下,各家上市银行主动调整零售信贷结构,优化消费信贷领域布局,推动消费信贷对银行营收和利润的支撑效能不断释放。国有大行凭借网点优势和资金实力发挥“主力军”作用,股份制银行则结合自身禀赋差异化布局,整体呈现总量稳、结构优、质量实的发展态势。

国有大行是消费信贷投放的中坚力量。中国工商银行副行长张宇川介绍,该行聚焦消费、经营和汽车等领域加强金融供给,截至6月末,个人经营贷款余额突破2万亿元,个人消费贷款增幅22%;有力落实财政金融协同促内需一揽子政策,6月末四项财政贴息领域贷款余额同比增速超10%。该行还联合财政部、商务部、中国人民银行及商贸领域重点企业和协会,举办商贸金融助流通促消费活动,贸易融资余额超1.2万亿元,商贸客户数超900万户,服务消费与养老再贷款申报金额同业领先。

中国农业银行充分发挥横跨城乡的网点优势,加大消费信贷投放。截至6月末,该行含信用卡在内的个人消费类贷款余额1.50万亿元,新增490.54亿元;信用卡消费额超1万亿元。“零售业务一直以来都是农行的战略基石,在集团经营发展中具有重要地位。上半年,农行全力做好‘五篇文章’和扩内需促消费等金融服务,推动零售业务实现高质量发展,为广大客户提供更专业、更智能、更有温度的服务体验。”中国农业银行副行长林立表示,从资产质量看,个人贷款不良率1.39%,零售板块资产质量总体稳定,风险抵补能力充足。

股份制银行则呈现结构优化、主动调整的鲜明特征。中信银行上半年主动调整个贷产品策略,消费贷、信用卡余额分别下降330亿元和92亿元。“这一调整虽然对净



息差造成了阶段性影响,但我们认为有利于长期业绩的稳定。”中信银行副行长赵元新坦言。

深耕消费场景

上半年,各家银行将金融服务嵌入具体消费场景,从支付结算、分期服务到信贷支持全链条发力,让消费金融更接地气、更有温度,真正融入居民日常生活。

场景化获客成为行业共识。中国银行副行长蔡剑介绍,该行挖掘区域消费特色,开展多消费场景支付优惠活动,聚焦商旅出行、文旅养老推出主题信用卡,配置权益活动。上半年快捷支付营销活动带动交易额超4万亿元。同时,在发挥跨境特色、服务入境消费方面,打造离境退税品牌,截至6月末,代理退税地区覆盖25个省级行政区,上半年办理离境退税笔数同比增幅超400%。

“我们将支持和扩大消费金融服务作为重中之重。”林立表示,在扩围第三方支付服务方面,农行坚持“场景+生态”双管齐下,以各类生活消费场景为核心,深化与电商平台、零售企业等合作,开展形式多样的促消费活动,优化支付体验,激发消费活力。同时,以场景促生态,丰富高频场景综合金融服务品类,降低客户获取服务成本。此外,通过高频场景带动低频金融需求,打造服务客户、更懂客户的综合金融服务生态。

中信银行信用卡持续推进场景获客、深度场景经营。今年上半年,中信银行信用卡依托“星罗计划”进一步完善高质量渠道获客体系,推动资源向高频消费场景聚焦。截至中期业绩报告期末,“食、住、行、娱、购”高质量场景获客占比达到57.39%,较上年末提升12.65个百分点。

与此同时,为增强居民消费底气,各家银行也在助力居民增收、提升消费能力上下功夫。蔡剑介绍,一方面,中国银行支持就业创业,上半年发放创业担保贷款、稳岗扩岗专项贷款超3900亿元,为稳就业促创业提供坚实支撑;另一方面,提高居民财产性收入,优化“全市场+全集团”产品货架,

合作公司保持市场领先,打造公募基金“慧投计划”品牌,优化线上交易与持仓体验。截至6月末,集团个人全量客户金融资产规模超18万亿元。

“中国银行将继续以更优供给、更强动力,为扩内需促消费贡献更大力量。”蔡剑表示,一是助力居民增收,强化资产配置服务,提升投资回报体验。二是强化信贷支持,加力支持服务消费领域,优化消费金融服务,助力释放消费潜力。三是优化消费环境,迭代“中行惠”系列品牌,培育新型消费增长点;推动离境退税业务发展,优化外卡受理环境,助力扩大入境消费。四是加大政策协同与传导,确保财政贴息政策红利直达快享。

贴息扩围升级

为激发民间投资、促进居民消费,更好发挥财政金融协同促内需一揽子政策作用,《通知》从扩大贴息范围、增加经办机构,适当提高额度上限三方面对贷款贴息政策进行优化。

政策发布后,各家银行积极响应,迅速布局,出台配套执行细则,明确个人消费贷款(含信用卡分期)、中小微企业贷款和服务业经营主体贷款贴息最新政策的执行要点。供需两端双向赋能、财政金融有力协同,推动政策红利精准直达居民消费者、中小微企业及服务业经营主体。

“之前有的消费补贴、消费券在使用过程中,往往会有一些使用地域与合作商户的限制,申领操作流程有时也会多几个步骤。”博通咨询金融行业首席分析师王蓬博认为,信用卡不一样的地方在于,坐拥庞大的用户基础,地域限制更少,全国合作门店大多可享受福利,而且用户在手机端就可以轻松办理贴息分期,体验更好、获得感更强。

根据各家银行发布的公告,本次个人消费贷款(含信用卡分期)贴息政策聚焦“扩范围”“提额度”,精准释放惠民红利。中国银行表示,根据《通知》要求,贴息范围

由信用卡账单分期扩展至包括专项分期、消费分期、预借现金分期等各类分期产品。居民在政策实施期内新办理的上述信用卡分期业务且于政策实施期内生成的各期账单,经识别消费真实性、合规性后,可按规定享受贴息。信用卡账单分期以外的信用卡分期贴息政策实施期为2026年8月1日至2026年12月31日。

在贴息额度方面,6家国有大行均明确表示,根据最新政策,每名借款人在单家经办机构可享受的个人消费贷款和信用卡分期业务累计贴息上限由每年3000元提高至5000元。同时,信用卡分期贴息比例为年化1个百分点,且最高不超过办理相应信用卡分期业务时约定的折算年化利率的50%。

“信用卡分期贴息之后,对于家电家装、汽车消费、文旅出行、品质教育、健康康养等方面大宗消费的提升效果十分显著。因为信用卡多年来深度布局上述消费场景,和全国各类连锁商户、线下门店有常态化合作,用户也早已养成刷卡消费习惯,相当于能直接触达。”王蓬博分析,再加上贴息政策直接减少资金使用成本,有效打消大众大额支出的周转顾虑,就会更加充分释放合理消费潜力,强力激发线下实体消费活力。

目前各家银行贯彻新政的步调比较统一。为了让信用卡更好发挥消费促进作用,王蓬博建议,后续银行可以持续拓展乡村消费、日常民生零售等更多普惠场景,加大刚需消费的贴息资源倾斜,不断简化操作流程、规范服务收费标准。同时,也要做好信贷资金流向精细化管理,保障资金真正用于实体消费场景。

消费是经济增长的重要引擎,也是人民对美好生活向往的直接体现。中国银行行长张辉表示,接下来,将精准落实财政金融协同促内需政策,用好用足财政贴息工具,服务扩内需促消费大局。

理财产品收益从“看数字”转向“读公式”

本报记者 赵东宇

9月1日,《银行保险机构资产管理产品信息披露管理办法》(以下简称《办法》)正式施行。《办法》涵盖信托产品、理财产品 and 保险资产管理产品三大类。其中,银行理财产品因与普通投资者关系较为直接,在本轮调整中受到市场广泛关注。按照《办法》要求,“资产管理产品披露业绩比较基准的,应当说明业绩比较基准的选择原因、测算依据或计算方法”。业内人士表示,这意味着理财产品的业绩比较基准要从“数值型”“区间型”改为“公式型”。过去理财产品页面直接展示“2.5%—3.2%”这类年化收益区间的做法将成为历史,取而代之的是一串由债券指数、存款利率、权益指数等按权重组合的计算公式。

《办法》落地前夕,银行理财市场经历了一场密集的“换锚”冲刺,多家机构对存续产品的业绩比较基准进行了调整。万得资讯数据显示,8月以来,银行理财公司及商业银行合计发布了5125条理财产品业绩比较基准调整公告,其中8月下旬公告密集,共涉及3900余只产品,仅8月26日一天就披露了852条调整公告。

从调整方式来看,多数理财产品选择

了“公式型”披露的路径。现金管理类产品的调整最为集中,这主要是出于同类产品横向可比性和合规性的考量。中邮理财一次性为98只产品“换锚”,招银理财等多家机构也将现金管理类产品的基准从“7天通知存款利率”调整为“活期存款利率”,其他类型产品的调整则更为多样,各家机构根据产品定位选择了不同的指数组合,基准从过去的固定数值变成了由债券指数、存款利率、权益指数等按权重组合而成的计算公式。由于多数持牌理财公司较为依赖银行代销渠道,直接取消基准的做法在行业内尚不普遍。

《办法》落地后,投资者在购买理财产品时,看到的不再是“预期收益”式的数字,而是一组指向市场表现的参考指标。过去,“数值型”或“区间型”的业绩比较基准容易被投资者误解为收益承诺,也给了机构在市场环境变化时频繁下调基准的操作空间。改为“公式型”后,业绩比较基准跟随市场指数自然波动,机构不再能随意修改,考核逻辑将从“绝对收益达标”转向“相对基准导向”。

中国邮政储蓄银行研究员娄飞鹏表

示,《办法》落地意味着理财公司要更注重挖掘超额收益。业绩比较基准从固定数值转为挂钩市场指数,理财公司需要建立动态监测机制,保证基准与产品投资策略、底层资产高度吻合。每款产品需要单独测算适配的指数组合,无法批量操作。《办法》明确业绩比较基准原则上不得调整,倒逼理财公司提升投研与风险定价能力。

对普通投资者而言,从“看数字”到“读公式”需要一个适应过程。不少投资者反映,过去看一眼“2.5%—3.2%”就能大致判断收益预期,如今面对“中债指数×85%+活期存款利率×15%”这类公式,理解门槛确实变高了。娄飞鹏认为,理财公司在投资者沟通方面需要做好三件事:一是在公告之外配套通俗版解读材料,避开晦涩的公式术语,清晰拆解业绩比较基准的调整逻辑与测算依据;二是做好可视化展示,将指数基准换算成每日数值,与产品净值并列对比,有效展示年化收益率;三是规范一线销售话术,理财经理可以主动讲解基准含义、提示波动风险,同时借助公众号、短视频、线下沙龙等渠道降低投资者的理解门槛。