

## 三部门：符合条件的个人消费贷款可享贴息

■本报记者 刘琪

8月12日，财政部网站发布消息，财政部、中国人民银行、国家金融监督管理总局印发《个人消费贷款财政贴息政策实施方案》（以下简称《实施方案》）。

从制定背景来看，《实施方案》提到，为贯彻落实党中央和国务院关于大力提振消费、全方位扩大国内需求的决策部署，根据中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《提振消费专项行动方案》关于2025年对符合条件的个人消费贷款给予财政贴息的要求，更好发挥财政资金对提振消费的支持引导作用，降低居民消费信贷成本，助力释放居民消费潜力，促进经济加快向好发展，制定本实施方案。

《实施方案》共包含政策内容、组织实施、监督管理三部分。具体来看，政策内容主要包含支持范围、贴息标准、贷款经办机构等三

方面。

在支持范围方面，《实施方案》明确，2025年9月1日至2026年8月31日期间，居民个人使用贷款经办机构发放的个人消费贷款（不含信用卡业务）中实际用于消费，且贷款经办机构可通过贷款发放账户等识别借款人相关消费交易信息的部分，可按规定享受贴息政策。

贴息范围包括单笔5万元以下消费，以及单笔5万元及以上的家用汽车、养老生育、教育培训、文化旅游、家居家装、电子产品、健康医疗等重点领域消费。对于单笔5万元以上的消费，以5万元消费额度为上限进行贴息。政策到期后，可视实施效果研究延长政策期限、扩大支持范围。

在贴息标准方面，《实施方案》明确，年贴息比例为1个百分点（按符合条件的实际用于消费的个人消费贷款本金计算），且最高不超

过贷款合同利率的50%，中央财政、省级财政分别承担贴息资金的90%、10%。贷款合同利率需符合相应利率自律约定。

政策执行期内，每名借款人在一家贷款经办机构可享受的全部个人消费贷款累计贴息上限为3000元（对应符合条件的累计消费金额30万元），其中在一家贷款经办机构可享受单笔5万元以下的个人消费贷款累计贴息上限为1000元（对应符合条件的累计消费金额10万元）。

在贷款经办机构方面，《实施方案》明确，一是6家国有大型商业银行，包括中国工商银行股份有限公司、中国农业银行股份有限公司、中国银行股份有限公司、中国建设银行股份有限公司、交通银行股份有限公司、中国邮政储蓄银行股份有限公司。二是12家全国性股份制商业银行，包括中信银行股份有限公司、中国光大银行股份有限公司、华夏银行股份有限公司、中国民生银行股份有限公司、招商银行股份有限公司、兴业银行股份有限公司、广发银行股份有限公司、平安银行股份有限公司、上海浦东发展银行股份有限公司、恒丰银行股份有限公司、浙商银行股份有限公司、渤海银行股份有限公司。三是5家其他个人消费贷款发放机构，包括深圳前海微众银行股份有限公司、重庆蚂蚁消费金融有限公司、招联消费金融股份有限公司、兴业消费金融股份有限公司、中银消费金融有限公司。鼓励地方财政部门结合实际情况对其他经营个人消费贷款业务的金融机构给予财政贴息支持，扩大政策覆盖面。

根据《实施方案》，组织实施包含贴息资金预拨、贴息贷款贴息、贴息资金申请、贴息资金拨付、贴息资金清算、贴息资金监督等方面。其中，在贴息资金监督方面，《实施方案》提到，政策执行过程中，财政部适时组织财政部有关监管部门对政策执行情况进行抽查监督，发现问题依法依规予以严肃处理，视情况采取约谈、通报、加倍扣减预算等措施，督促有关地方和单位履行好审核把关责任，防止挪用用于非消费领域、套取贴息资金。政策执行期满后，财政部会同金融监管总局适时组织财政部有关监管部门、有关金融监管部门对贷款经办机构贴息资金申请、审核、清算等情况开展核查，发现问题依法依规予以严肃处理。

此外，在监督管理上，《实施方案》要求明确职责分工，形成工作合力；压实贷款经办机构信贷管理和贴息资金测算审核申请主体责任，确保真正支持借款人消费；压实地方财政部门和金融管理部门组织实施责任，做好贴息资金审核拨付清算工作；强化监督约束，确保贴息资金专款专用。

## 中国电商物流指数再创年内新高

■本报记者 孟珂

8月12日，中国物流与采购联合会和京东集团联合发布数据显示，2025年7月份，中国电商物流指数为112.0点，比6月份回升0.2点，再次刷新年内新高。

分项指数中，电商物流总业务量指数再创年内新高。7月份，电商物流总业务量指数为130.9点，比6月份回升0.1点。

电商物流农村业务量指数加速回升。7月份，农村电商物流业务量指数为131.5点，比6月份回升1.1点。分地区来看，全国所有地区农村业务量指数均有所回升，中部地区比6月份回升1.7点，回升幅度最大。除东部地区外，其他地区农村业务量指数均高于全国平均水平。

电商物流人员指数、实载率指数连续回升。农村业务量的加速上升，带动物流企业扩大农村快递员招聘，人员指数比6月份回升0.9点，涨幅明显扩大。与此同时，不断提升的业务量促进实载率指数比6月份回升0.7点。成本指数随之环比回落0.4点，连续6个月运行在120点以下。

电商物流领域库存周转率指数止跌回升，物流时效、履约率与满意度等指数环比回落。7月份，随着电商促销活动陆续结束，企业备货减少，库存周转率指数环比回升。但受多地暴雨等汛期极端天气影响，物流时效指数环比回落0.5点，受此影响，履约率和满意度指数分别回落0.4点和0.3点。

中国物流信息中心分析师表示，与往年明显不同，今年7月份电商物流市场并未因年中电商大促等活动结束而暂时沉寂。在国家各项消费补贴的刺激下，7月份电商物流需求不降反升，广大农村地区电商消费火热，成为带动电商物流指数上升的重要因素。

上述分析师认为，7月份促消费政策持续，1380亿元“国补”资金陆续下达。据国家发展改革委宣布，7350亿元中央预算内投资已基本下达完毕，较2024年增加350亿元，创历史新高，并形成“投资—就业—消费”的良性循环。在政策的促进下，居民消费热情和信心不断增强，“夏日经济”成为7月份线上销售的主要驱动力，受高温天气影响，医用保健、防晒用品、反季服装等品类表现突出。此外，暑期图书、教育培训等品类销售热度显著提升。后期来看，随着暑期消费旺季的到来，及开学季期间消费电子类产品迎来购物高峰，电商物流市场需求有望保持增长，但供给端各项指数可能继续受天气影响，还有待观察。

## 增值税法实施条例公开征求意见 进一步增强税制确定性和可操作性

■本报记者 韩昱

增值税是我国第一大税种，为保障《中华人民共和国增值税法》（以下简称“增值税法”）顺利施行，财政部会同税务总局8月11日发布《中华人民共和国增值税法实施条例（征求意见稿）》（以下简称《实施条例》），并向社会公开征求意见。

据了解，增值税法将于2026年1月1日起施行。增值税法对增值税纳税人、征税范围、税率、应纳税额、税收优惠、征收管理等作出规定，并对国务院给予必要的立法授权。

“增值税立法将占全国税收收入近40%的增值税制度从行政法规层级提升至法律规范体系，这是我国全面落实税收法定原则的重要成果。”北京国家会计学院副院长、教授李旭红在接受《证券日报》记者采访时表示，《实施条例》是增值税法的重要配套法规，总体是在增值税法的框架内细化明确相关内容，为增值税法顺利实施提供保障，更好落实税收法定原则。

增值税覆盖国民经济各行业及全链条，涉及面广、影响深远，直接关系到广大纳税人的切身利益。数据显示，2024年增值税收入约6.57万亿元，占全部税收收入的38%。

“增值税是纳税人最为普遍适用的税种，直接影响其日常经营活动。”李旭红表示，《实施条例》的出台一方面使纳税人感受到有法可依，筑牢了权益保护的底线；另一方面也为税务机关提供了执法依据，助力精准执法，进一步提升税收征管效能。

从《实施条例》的主要内容来看，其严格遵循增值税法的规定，与现行增值税制度相衔接，并结合实际情况和征管需要明确具体规定，包括总则、税率、应纳税额、税收优惠、征收管理、附则等六章五十七个条款。

“稳定的税制有助于增强投资者信心，稳定投资预期，对于吸引投资及实现经营的可持续性至关重要。”李旭红表示，《实施条例》保持了增值税制框架的稳定性，加强与增值税法和现行增值税政策的衔接，进一步增强了税制的确定性和可操作性，有利于稳定市场预期。

具体而言，例如在税率部分，《实施条例》对增值税法中规定的出口货物、跨境销售服务和无形资产的相关范围进行了明确，并对涉及多个税率、征收率情形的适用规则进行了细化解。一是明确适用零税率的出口货物和跨境销售服务、无形资产范围。二是明确一项应税交易涉及多个税率、征收率时的税率、征收率适用规则。

在税收优惠部分，《实施条例》一是明确增值税法规定的免征增值税项目的具体标准；二是明确税收优惠政策的具体适用范围、标准、条件和征收管理措施等应当依法及时向社会公开；三是明确对纳税人未单独核算增值税优惠项目，或通过提供虚假材料等各种手段违法违规享受增值税优惠的情形作出规定。

吉林省财政科学研究所所长、研究员张依群表示，《实施条例》的一系列细化措施使增值税制度更加明晰，征管操作更为便捷，各类税收优惠更加明确，能够确保增值税法有效落地并取得实效。

此外，李旭红认为，当前宏观经济政策的关键任务之一，是通过制度性优化为经营主体营造更优的营商环境，增强市场主体信心，进而提升经济活力。及时颁布《实施条例》，将有助于经营主体及时做好各项经营、投资及战略安排，通过增强税制的确定性，推动我国经济实现高质量发展。

资本市场  
热点

## 政策“牵引”AI企业扎堆赴港上市

■本报记者 毛艺麟

在全球人工智能（以下简称“AI”）竞赛加速的背景下，香港市场正成为AI企业IPO的热门选择。Wind资讯数据显示，截至8月12日记者发稿，已递交港股IPO申请的企业有213家，其中约50家企业为AI企业。

与此同时，港股AI板块表现亮眼。截至8月12日收盘，恒生人工智能主题指数今年以来累计涨幅达30.69%。进一步梳理发现，目前向港交所递交招股书的AI企业普遍具备深厚的技术积累和强大的融资能力，但其财务表现分化明显，仅少数企业实现盈利，多数仍处于亏损状态。

## 政策红利持续

为何香港市场成为AI企业上市的首选地？政策红利、资本热度、行业需求形成多重合力。

AI企业纷纷赴港IPO的背后，是港交所上市规则第18C章对人工智能企业上市门槛的持续放宽。2023年，港交所推出特专科技上市机制第18C章，将AI企业纳入支持范围。2024年，港交所下调第18C章的市值门槛，将已商业化企业的市值门槛从60亿港元降至40亿港元，未商业化企业从100亿港元降至80亿港元，以适配不同发展阶段的AI企业。

今年5月份，港交所再次推出“科企专线”，允许第18A章、第18C章企业保密封表，进一步提升保密性和审核效率，鼓励AI等新兴企业进入港股市场。

在政策的大力支持下，企业纷纷加快赴港IPO的步伐，进一步拓宽了融资渠道。例如，深圳海清智元科技股份有限公司（以下简称“海清智元”）计划将募集资金用于技术研发、产能扩建及全球化布局。诺比侃人工智能科技

（成都）股份有限公司（以下简称“诺比侃”）计划将募集资金用于加强核心技术研发、建设研发中心和总部基地、寻求战略投资及收购机会等。

A股市场的AI企业同样加速了赴港上市的进程。澜起科技股份有限公司、兆易创新科技集团股份有限公司等已向港交所递交了IPO申请书。

沙利文大中华区执行总监周明子在接受《证券日报》记者采访时表示，一些专注于前沿人工智能算法研究的初创公司，港股市场可以为它们提供融资和发展的机会。

与此同时，在一级市场上，AI领域投融资热度持续升温。IT桔子数据显示，今年上半年国内AI领域一级市场融资事件达345笔，较去年同期增加88笔，预估总融资金额达300.66亿元。

## 递表企业覆盖多个领域

拟IPO的AI企业覆盖多个细分领域，技术路线也呈现多元化。当前已递表的企业主要集中在AI应用层，涉及AI制药、AI辅助诊疗、AI机器人等细分领域。在AI技术层面，以AI大模型公司为主；而在AI基础层面，主要是AI芯片供应商等。

对于部分AI应用层企业而言，盈利模式初现端倪，商业化路径也逐步清晰。例如，8月6日递交港股IPO申请的海清智元，专注于多光谱AI技术，2024年净利润达4041万元，实现扭亏为盈。2025年第一季度继续盈利，净利润为1414.4万元。尽管其已实现盈利，但市场仍关注其技术落地的持续性和供应链的稳定性。

尽管AI技术层企业数量较少，但仍受资本青睐。大模型企业滴普科技股份有限公司在IPO前获得红杉资本等多轮融资；诺



截至8月12日记者发稿  
已递交港股IPO申请的企业  
有213家，其中约50家企业  
为AI企业

比侃提供基于AI行业模型的软硬一体化解决方案，涵盖智能化监测、检测和运维等服务，目前公司已完成6轮融资。

此外，年内在港上市的AI公司认购火爆。“AI+机器人企业”北京极智嘉科技股份有限公司（以下简称“极智嘉”）、“AGI技术企业”云知声智能科技股份有限公司（以下简称“云知声”）、“无人驾驶系统研发的AI服务企业”博雷顿科技股份有限公司的公开认购倍数分别达到133.62倍、91.66倍、198.72倍，申购人数均超万人，投资者参与意愿强烈。

“AI行业正呈现百花齐放的格局。”中金公司投资银行部董事总经理、TMT组执行负责人楼欣宇表示，所有的软件、应用生态都值得用AI重构一遍，背后蕴含着万亿元级别的机遇。

## 商业化难题待解

港股市场对AI企业的认可

度较高。以AI软件公司商汤科技为例，该公司凭借多模态大模型技术的优势，在港股上市后市值持续攀升，目前港股市值已超过600亿港元，稳居港股AI板块前列。

不仅商汤科技如此，今年6月30日上市的云知声，凭借语音大模型技术的积累，也获得了资本市场青睐。上市首周，其股票最高价较发行价涨幅超过50%，目前最新市值已突破400亿港元。

然而，尽管资本追捧，AI企业估值与商业化能力的错配问题也日益凸显。

一些企业虽在技术研发上领先，但商业化路径仍未打通。例如，某AI企业连续6年亏损，2025年第一季度数据显示，公司营业收入同比增长168.23%，但净利润仍为负值。

另有一些AI企业因研发投入较高，上市后迅速启动再融资以补充现金流。截至8月12日，至少有11家AI公司进行过一次或多次再融资。

## 多地积极举办“苏超式”体育赛事撬动消费

■本报记者 张芃逸

随着“苏超”火爆出圈，赛事经济已成为各地激发消费活力的重要抓手。近日，江西、河北等多个省份相继举办“苏超式”群众性体育赛事，并推动赛事与文旅深度融合，助力扩内需、促消费。

苏商银行特约研究员付一夫在接受《证券日报》记者采访时表示，体育赛事对经济具有多层次、多方位的带动作用。各地在积极举办体育赛事的同时，也应拓展消费场景、打造城市名片，将赛事带来的“流量”转化为当地经济的增量。

## 激发消费活力

“赛事经济的带动作用首先体现在多产业的协同联动与综合效

益的提升上。”商务部研究院副研究员洪勇对《证券日报》记者表示，体育赛事不仅直接拉动票务收入，还能显著带动住宿、餐饮、交通、文旅、体育用品等关联产业消费。以“苏超”为例，赛事期间观众的高到场率和稳定的赛程安排，使体育馆周边的商圈、酒店、餐饮业和旅游景区均能持续获益，从而带动整个区域在赛季内形成集聚性消费热潮。

自5月10日开赛以来，“苏超”持续发挥激活文旅消费作用。《关于江苏省2025年上半年经济运行情况的调研报告》显示，“苏超”前六轮比赛监测的旅游、出行、餐饮、住宿、体育五个场景合计实现服务营收379.6亿元，同比增长42.7%。其中，出行、餐饮场景的省外游客支付占比分别达28.8%、19.7%。

着力发展赛事经济，各地也在

近期纷纷举办“苏超式”体育赛事。例如，2025年河北省五人制足球超级联赛（以下简称“河北五超”）于8月10日正式开赛，2025年江西省城市足球超级联赛则在7月12日揭幕。此外，2025年湖南省足球联赛计划在今年9月份至12月份举行。

值得注意的是，在举办体育赛事的同时，各地也通过数字化手段提升赛事传播力和参与度，充分发挥赛事经济带动作用。

“河北五超”明确，将设置赛事直播、第二现场等措施。徐州市则推出“彭城足球之夜”活动，利用大屏资源转播“苏超”比赛实况，同步开展演艺、餐饮、市集等系列活动，以“赛事盛宴+文旅夜宴”“苏超”第二现场促进夜间经济增长。

付一夫表示，通过直播平台持续宣传体育赛事，保持赛事热度，

能够更好地发挥赛事经济带动作用。运用数字化技术打造线上线下融合的消费体验，将赛事与“夜经济”相结合，也进一步拓展了消费场景。

## 延长赛事经济链条

在积极举办体育赛事的同时，为抓住赛事带来的“流量”，进一步发挥赛事对消费的拉动作用，各地着眼于“票根经济”，纷纷推出“赛事+文旅”优惠措施。

在“河北五超”期间，承德市推出凭票免费参观避暑山庄、普宁寺、金山岭长城等景区活动。沧州市则开展“跟着五超逛狮城”活动，推出“一票通”服务，持有观赛票可在合作景区、商家等享受“吃喝游玩购娱”折扣或抵扣优惠。

付一夫认为，凭赛门票可享

景区、酒店、餐饮优惠等举措，让消费者在享受体育赛事的同时，也有动力去游览当地景点。通过“体育+文旅”的组合拳，既能带动餐饮、交通等领域的消费增长，也为地方提供了展示城市形象、提升城市知名度的机会。

“与赛门票结合的景区门票、酒店套餐、餐饮折扣等优惠，能够将观众的单次观赛行为延伸为多日、多场景的综合消费体验。”洪勇表示，各地在赛事期间推出的优惠活动和联动举措，实际上起到了消费引导与节奏延长的作用。

洪勇建议，要让赛事经济释放更大经济潜能，关键在于打造可持续的、多层次的消费场景。各地应将体育赛事的观赛体验与城市文化、旅游资源、特色美食、商业娱乐深度融合，形成全年可运营的体育文旅品牌。