

银联商务接入国家税务总局乐企平台 赋能“以旧换新”开票效率跃升

今年以来，消费品“以旧换新”政策“加力扩围”，持续激发消费活力。随着后续 1380 亿元中央资金即将分批有序下达，“国补”还将继续惠及广大消费者。

国家“以旧换新”政策持续深化，消费市场活力显著提升，由此带来的发票开具和核验需求也随之骤增。作为“以旧换新”活动落地的承办方之一，银联商务积极响应政策号召，不断升级旗下产品和服务能力，近日还成为首批获取国家税务总局乐企联用资质的支付机构，实现“以旧换新”乐企联用业务的支付即开票自动化流程，为家电、3C、家装、汽车等“以旧换新”消费场景提供高效便捷的发票管理解决方案，助力“以旧换新”企业开

票效率进一步提升，持续推动各地国补活动交易与开票的全流程数字化贯通。

去年以来，商务部等多部门联合推动家电、3C、家装、汽车等消费品“以旧换新”，带动消费市场显著增长。而与此同时，“以旧换新”发票审核所需的要素增加，大量订单的涌入使得商家对简化开票流程、智能校验开票备注信息、提高开票效率方面的需求激增。对此，银联商务基于“E 开票”产品推出“支付即开票”服务，并针对“以旧换新”活动场景深度优化，通过直连“以旧换新”核销、审计数据平台的方式，确保发票与订单信息 100% 精准匹配，从而构建了“交易 - 开票 - 核销 - 申领 - 审计”的全链路解决方案。这不仅大幅

简化了传统开票流程，提升消费者服务体验，助力商家的开票效率和补贴获取效率大幅提升，也为政府部门开展“以旧换新”补贴资金核验审计工作提供了有力支持。

目前，银联商务“支付即开票”已成功应用于京东五星电器、沃尔玛、欧派、立邦等超万家“以旧换新”商户，覆盖全国范围内 19 个省及直辖市的家电、家装、3C 数码等众多“国补以旧换新”重点领域。消费者完成支付后，系统会自动调用乐企平台开具数电发票，自动补全票面必填的交易金额、商品明细、补贴标识等关键信息，同时通过短信、电子邮箱或微信实时推送电子发票。此外，为满足“以旧换

新”活动补贴核销的特殊需求，银联商务还根据各个省份审计要求，专门开发了多种“以旧换新”个性化开票模板，自动填充政府补贴核销必填项，并支持手工补充特殊备注，确保票据 100% 符合各地商务部门审计标准。与此同时，银联商务充分发挥自身多年来在交易风险管理方面的技术实力，运用 7×24 小时实时监控、智能巡检与故障预警等机制保障系统稳定运行，提升商户交易开票合规性和补贴核销的效率。

伴随着“以旧换新”活动在全国持续激发的消费热潮，银联商务也在以实际行动切实落实金融“五篇大文章”的重要部署，不仅因地制宜、因地施策，快速完成各地区“以旧换新”方案的

制定以及配套定制化系统的上线，还实时响应、高效应变，不断升级旗下小 U 零售、行业补贴平台、全民惠营销平台等多个产品和服务优势，助力政府实现补贴过程的全流程、数字化闭环管理。

截至目前，银联商务已累计协助 31 个省（自治区、直辖市）的政府单位核销国家补贴金额数百亿元，直接带动销售金额数千亿元，惠及 6400 多万消费者，同时还在持续探索与地方政府、平台企业的创新合作模式，以安全稳定的平台建设、系统搭建、数字化财税能力和高效的服务响应机制，持续为全国各地“以旧换新”政策的顺利实施提供坚实支撑。

据新华网

首批新型浮动费率基金募资已超 226 亿元

记者 7 月 2 日从证监会了解到，截至 6 月底，首批 26 只新型浮动费率基金中已有 24 只产品完成募集并成立，合计募资 226.8 亿元。华商基金、信达澳亚基金旗下 2 只产品正在募集中。

具体来看，24 只已结募产品单只平均募集规模约 9.45 亿元。其中，3 只产品募集规模超 15 亿元，4 只募集规模超 10 亿元（10 亿元至 15 亿元之间），14 只产品超 5 亿元（5 亿元至 10 亿元之间）。

市场数据显示，今年以来截至 6 月底，单只主动管理权益类基金平均募集规模约 4.4 亿元。业内人士指出，从平均募集规模看，首批新型浮动费率基金募集情况整体良好，显著优于年内主动管理权益类基金整体水平。首批新型浮动费率

基金产品设计充分体现以投资者为本的理念，有助于推动行业从“重规模”向“重投资者回报”转变。

此前，证监会 5 月 7 日公布了《推动公募基金高质量发展行动方案》，标志着超 30 万亿元的公募基金行业迎来系统性改革。作为本轮改革的重要探索，首批 26 只新型浮动费率基金 5 月 16 日开启申报，5 月 23 日获证监会注册后，5 月 27 日陆续启动募集。

首批新型浮动费率基金产品均设置了 1.2%（基准档）、1.5%（升档）、0.6%（降档）三档费率水平。投资者持有 1 年以后赎回产品时，基金管理人将会根据产品年化收益水平与业绩比较基准的对比情况，来计提不同档次的管理费。

据新华社

工信部规划 700 号段作为“隐私号”专用码号资源

记者 7 月 3 日获悉，工业和信息化部近日印发《关于开展号码保护服务业务试点的通知》（以下简称《通知》），其中规划 700 号段作为号码保护服务业务的专用码号资源，管理位长 11 位，使用位长 15 位，以进一步加强个人信息保护，同时规范中间号业务、强化码号资源管理、防范治理电信网络诈骗和非应邀商业营销信息。

据介绍，号码保护服务业务是指受快递、外卖、网约车等互联网平台企业及其他企事业单位委托，为其个人用户分配临时号码（通常称为“中间号”或“隐私号”）代替真实手机号码，利用公用电信网实现和他人之间的语音、短消息等通信功能，减少个人手机号码泄露风险的一种业务。

此外，在规划专用号段上，规划 700

专用号码，在形式上可以与手机号码明显区分，方便用户识别，在数量上可以满足未来快递、外卖、网约车等场景千亿级的码号资源需求。在稳步推进试点上，《通知》设置了 3 个月试点准备阶段、3 个月试点过渡阶段、2 年正式试点阶段。试点过渡阶段结束后，将全部使用 700 专用号码开展号码保护服务业务。

据悉，工业和信息化部将严格管理业务试点和 700 专用号码申请，强化业务和码号分配的全流程管理，提升技术监管手段，有效支撑违规行为溯源，切实防范 700 专用号码被滥用。对于试点期间出现严重违法违规行为的业务参与方，将依法依规撤销试点资格，并会同有关部门进行严肃查处。

据《经济参考报》

前 5 月家电和音像器材类商品零售额增长 30.2%

中国轻工业联合会近日公布轻工业经济最新运行情况。数据显示，1—5 月份，规模以上轻工业企业实现营业收入 9.27 万亿元，同比增长 4.7%。实现利润 5314.5 亿元，同比增长 2.8%，轻工业经济运行延续稳中有进态势。

国内市场规模稳步扩大。今年以来，随着一系列扩内需、促消费政策发力显效，国内消费需求不断释放，市场活力逐步增强。1—5 月，轻工 11 类商品零售额 35136 亿元，同比增长 11.9%，增速比 1—4 月加快 1.2 个百分点。

看家电领域，1—5 月，家用电器和音像器材类商品零售额增长 30.2%，自上年 9 月份以来持续保持两位数增长。家电产品

零售向好还进一步向生产端传导。1—5 月，家用电器行业增加值增长 6.9%，洗衣机、饮水机、空调产品产量分别增长 9.3%、7.9%、5.9%。1—5 月，家用电器制造行业营业收入增长 6.0%。

1—5 月，轻工商品出口 3732.1 亿美元，同比增长 0.5%，轻工外贸出口承压前行，继续保持韧性。轻工 21 个大类行业中，10 个行业出口额同比增长。

“总体看，轻工业经济运行仍呈现恢复态势，随着稳经济、扩内需、促消费政策措施效果持续显现，轻工业韧性好、发展稳、潜力大的优势将持续显现。”中国轻工业联合会会长张崇和表示。

据《人民日报》

证监会就期货公司分类评价规定公开征求意见

（上接 1 版）

征求意见稿删除“加权调整后日均机构客户权益总额”，以避免与经纪业务评价重复；删除“成本管理能力”“净资产收益率”两项指标，鼓励期货公司加大投入，规模化经营；删除“期货公司加权调整后日均客户权益总额排名行业中位数以下的，不得评为 A 类”等限制性条件，以适应期货公司业务范围的增加。

征求意见稿将“保险 + 期货”由服务实体经济评价移至专项评价，作为服务国家战略专项评价的

一部分；将党建与文化建设专项评价写入征求意见稿，并将交易者教育并入党建与文化建设专项评价。

征求意见稿对期货公司配合监管部门开展风险处置、期货公司最近 3 个评价期内（含当前评价期）持续合规状况和风险管理能力无任何扣分、期货公司与其他期货公司合并等情形予以加分激励。

值得注意的是，同日，证监会还正式发布了《期货市场程序化交易管理规定（试行）》，加强对期货市场全过程监管，自 2025 年 10 月 9 日起实施。（秦铭明）