

银行落地40年房贷新政 年龄与房龄有门槛

8月28日,中国人民银行、国家金融监督管理总局联合印发《关于改革完善房地产信贷管理 推动加快构建房地产发展新模式的意见》(以下简称《意见》),实施多年的房贷规则迎来系统性调整。《意见》明确,个人住房贷款最长期限由此前的30年延长至不超过40年。针对存量个人住房贷款,如果借款人阶段性失去收入来源导致还款困难的,银行业金融机构可以按市场化、法治化原则与借款人自主协商,灵活采取合理延后还款时间、贷款展期、延迟还本等方式调整还款计划。9月1日,北京商报记者从多家银行处获悉,部分机构已可受理40年期住房贷款申请。不过,40年房贷的政策对贷款人年龄、房屋剩余耐用年限均有要求。

多家银行已可申请

9月1日,北京商报记者咨询北京地区多家银行网点,不少个贷经理反馈,已经收到政策通知,新办理的个人住房按揭贷款可申请最长40年期限,但设置多重准入条件,并非所有购房者都能获批。

建设银行朝阳区某支行个贷经理介绍,目前网点可受理最长40年期住房贷款,业务仅限房本性质为住宅的房源,商住类房产无法办理,审批会结合申请人的年龄、收入情况综合判定。“贷款期限拉长之后,总利息会随之增加,不过购房者可以选择提前还款,通过削减本金来减少后续利息支出。”该个贷经理说道。对于借款人年龄+贷款年限的上限要求,该行客服介绍,借龄+贷龄不超过75岁,优质单位借款人可放宽至80岁。

与此同时,北京商报记者注意到,建设银行手机银行App“住房贷款”专区也已同步更

新“贷款期限最长可达40年”的提示。

工商银行、中国银行、交通银行、邮储银行等国有大行有工作人员表示已收到相关政策通知。中国银行一网点工作人员表示,最长40年房贷需要满足房屋剩余使用年限大于40年,同时受申请人年龄等条件限制;交通银行客服说明,目前该行个人住房贷款最长期限40年,最短1个月,借款人年龄加贷款年限不得超过70周岁;邮储银行客服明确,根据监管最新规定,该行个人住房贷款最长年限为40年;工商银行客服人员表示,个人一手/二手住房贷款期限为最短1年,最长不得超过40年。借款人年龄与贷款期限之和不得超过75年。当地政府、监管部门另有规定的从其规定。

此外,股份制银行的推进进度也出现分化。中信银行一网点工作人员表示,暂未收到执行文件,具体还需要等总行层面通知。浙商银行某网点人员则表示,内部已完成政策传达,但还未进入实操阶段,据其介绍,业务主

要有两项限制:一是房龄与贷款期限相加通常不超过70年,部分优质板块房产可放宽至不超过80年;二是申请人年龄加上贷款期限不得超过75周岁,但最终期限还需审核借款人征信、工作等个人资质。招商银行工作人员也表示已经接到通知,要求执行年龄加贷款年限不超过70周岁;平安银行一个贷经理则表示,40年贷款不能一概而论,贷款期限需要综合评估借款人年龄、负债、收入、房龄、房产区域价值等多项要素。

上海易居房地产研究院副院长严跃进表示,当前政策明确将个人住房贷款最长期限由30年延长至40年,并赋予借贷双方协商空间,这是房地产金融领域一项重大突破。“最直接效应是降低每月应还本息,显著缓解购房初期月供压力。”严跃进举例称,以100万元贷款本金、年利率3%计算,采用等额本息还款方式,30年期月供为4216.04元,而延长至40年期后月供降至3581.02元,每月还款额直接减少635.02元,降幅约15%。这意味着购房



家庭每年可节省约7620元的现金流支出,前五年累计可释放近3.8万元的还款压力,对于当前收入增长呈阶段性特征的群体而言,这是实实在在的“减负”。当然,期限拉长后总利息会相应增加,但“以时间换空间”的逻辑,让购房者在短期还款能力和长期债务安排之间有了更从容的选择空间,这正是政策灵活性的体现。

存量房贷可申请展期

除新增购房贷款外,存量房贷客户也有机会申请展期调整。交通银行表示,存量房贷客户可以前往贷款经办行申请延长贷款期限,银行将根据申请延长期限的具体原因、还款来源以及后续还款安排等因素综合评估,合理确定可延长的具体年限。展期规则为延长期限累计最长不超过原贷款期限的一半,且原贷款期限与延长期限合计不超过40年。

邮储银行同样执行该规定,展期上限取决于原有贷款合同期限,二者相加不超过40年。举例而言,原本30年的存量房贷,最多可以展期到40年。

不过,政策落地背后,银行也面临不少现实考验。苏商银行特约研究员武泽伟分析称,40年超长期房贷会抬升信贷资产久期,加大银行资产负债匹配难度,考验机构流动性与利率风险管理能力。风控模型需要重新校准,兼顾借款人年龄、收入周期、抵押物楼龄等多重约束,不能单纯依靠拉长年限降低放贷门槛。同时信贷系统参数、合同文本、业务审批流程都需要迭代更新。他建议,银行需完善内部制度细则,明确不同场景下的期限判定标准,强化一线客户经理业务培训,把久期风险嵌入贷前贷中全流程,避免政策落地出现执行偏差。

博通咨询首席分析师王蓬博也指出,存量房贷大规模展期,会造成银行整体现金流回流速度放缓,同时展期客户多存在还款压力,银行资产质量会存在潜在承压可能,贷后管理工作量也会大幅增加。

“40年房贷周期横跨借款人整个职业生涯,就业、家庭收入、房产价值都存在多重长期变量,不确定性较高。”王蓬博建议,银行不能只依靠贷前一次审核把控风险,应当搭建全流程、差异化风控体系。授信端实行分档授信,将贷款期限和利率、首付比例挂钩,用风险定价对冲长期信用风险;贷后建立专项动态监测机制,跟踪征信、收入、区域房价变化,设置风险预警;产品层面内置弹性还款条款,配套共同借款人、抵押补充保险等风险缓冲手段。

北京商报记者 孟凡霞 周义力

资产、营收齐跌 消金巨头各寻解法

消费金融公司2026年上半年成绩单陆续出炉。9月1日,北京商报记者梳理发现,从营收、净利表现及资产规模来看,行业座次又有较大变化。而其中,两家老牌头部机构招联与兴业消费金融的跌势引人关注。在行业息差收窄、利率严格压降、合规成为“生命线”的背景下,主动收缩规模、控制存量风险,成为头部消费金融公司普遍的现实选择。在这场“以规模换质量”的大考中,招联、兴业消费金融二者正向着相同目标迈进,但或将给出不一样的解题思路。

主动压降规模

随着中国联通、兴业银行2026年半年报发布,旗下招联及兴业消费金融经营数据一并披露。

上半年,招联实现营收66.88亿元,同比下降15.33%,净利润13.81亿元,同比下降8.18%;兴业消费金融实现营收38.93亿元,同比下降14.63%,净利润7.42亿元,同比下降14.52%。

两机构均非近年来首次出现业绩下滑。兴业消费金融2023年净利润同比下跌16.89%,2024年跌幅高达79.25%。2024年招联营收、净利润“双降”,2025年“增利不增收”。

总资产方面二者同样齐齐收缩。截至2026年6月末,招联总资产为1473.56亿元,半年缩减近200亿元;兴业消费金融报629.87亿元,同比下降22.75%,环比降19.24%。

从行业排名来看,破千亿元大关的招联仍稳居第二;兴业消费金融的资产总额自2023年达到高点后持续缩减,到今年上半年,已被南银法巴消费金融、宁银消费金融反超。

两家成立超十年的消费金融公司,在业内“第一梯队”的地位不可撼动。谈及业绩滑落原因,博通咨询首席分析师王蓬博认为,当前行业监管持续收紧,信贷利率上限规范化落地,市场整体息差持续收窄,存量高收益资产逐步出清,新增资产盈利空间被动压缩,因此机构整体营收增长失去支撑。加之居民信贷需求疲软,行业优质客群竞争加剧,机构获客与运营成本有所提升,且存量不良资产持续核销处置、减值计提力度增加,多重因素叠加最终导致营收和净利润同步走低。

招联方面表示,2026年,面对宏观经济承压、发展环境深刻调整、各类不确定性因素交织叠加带来的影响,招联始终恪守稳健发展主基调,着眼于长远健康发展,主动压降总体规模,着力锻

造低投诉经营能力和核心风控能力,结合持续让利实体经济、主动优化资产结构的经营导向,夯实穿越周期、行稳致远的底层逻辑,为持续高质量发展积蓄深厚势能。

截至发稿,兴业消费金融方面暂未对北京商报记者关于其业绩情况的采访进行回应。

尚未完全跑通

事实上,招联、兴业消费金融两家老牌头部消费金融机构的战略调整,也正是行业整体面对现实的普遍选择。

自2025年来,一场力度空前的监管“风暴”已然兴起。《个人贷款业务明示综合融资成本规定》已于2026年8月1日落地,《金融产品网络营销管理办法》则将于2026年9月30日施行,二者对息费明示、第三方助贷合作有着严格要求。

而从价格角度来看,“高利率覆盖高风险”这套粗放打法,正被监管明确锁死。2025年10月1日起施行的助贷新规,要求借款人单笔贷款综合融资成本不超过年化24%;部分地区有窗口指导,要求进一步压降消费金融公司个人贷款综合成本至20%。

有资深从业人士向北京商报记者直言,如今的各消费金融公司都是在“玻璃里捡糖块”,提升风控水平谋转型,是必然、也是唯一路径。

“消费金融行业处于深度调整期,缩表并非个别机构现象。包括头部在内的消费金融公司主动减量提质,反映出行业正在经历转型阵痛,主要表现为告别旧有的规模扩张逻辑,转向质量优先的探索。”素喜智研高级研究员苏筱芮说道。

这一点同样体现在机构对不良资产的大规模出清上。今年以来,招联通过银登中心累计挂牌转让不良资产包达10期,均为个人消费贷款。招联方面透露,2026年上半年其信用减值损失同比下降18.48%,拨备率远高于行业平均水平。

不过,王蓬博进一步指出,“以规模换质量”

当下尚未完全跑通,从业绩数据看,还没有形成质量、利润协同提升的经营状态。

究其原因,王蓬博提到,一方面,市场当中优质信贷资产供给有限,机构在严控风险的条件下很难获取足够的投放标的;另一方面,原有业务模式存在路径依赖,业务结构调整带来内部磨合成本,叠加行业息差持续收窄,股东能够输出的优质客户资源存在上限,不良资产处置也会持续带来经营损耗,都会制约转型推进。

强化自营获客

“转型所具备的自营能力是目前行业所缺乏的”,苏筱芮坦言。北京商报记者注意到,从获客渠道来看,招联、兴业消费金融两机构呈现出一定差异。

招联以股东协同为主。“好期贷”“信用付”两大消费金融产品体系,为用户提供全线上、免担保、低利率的信贷服务,现已全面覆盖购物、旅游、教育、装修等众多消费场景。其也在与中国联通探索通信账户与金融账户融合的路径,借鉴互联网消费模式经验创新打造“联通白条”产品。

兴业消费金融则由早期的“直营+线下”逐步转向助贷轻资产。2020—2022年,其主推10万元以上“兴家贷”“兴才贷”大额产品。此后受宏观环境等影响,兴业消费金融线上业务贷款余额占比逐年提升。据其官网2026年6月披露的合作机构名单,互联网贷款合作机构达41家,包括度小满、分期乐、微众银行等均以助贷形式合作。负责引流及增信服务的线下合作机构则缩减至11家。

对比2025年、2026年兴业银行半年报,北京商报记者注意到,关于兴业消费金融报告期内的工作成效,“线下业务坚持亲核亲访、送货上门的展业机制”等表述不再是重点,取而代之的是“持续优化客群与业务结构,加快获客与风控能力建设,构建涵盖全客群多元化消费场景的服务体系”“纵深推进集团协同营销战略,充分发挥母子联动优势,切实提升对集团零售长尾客群的综合金融服务能力”。

苏筱芮指出,总体看,消费金融公司需强化自营获客能力、自主风控能力的长期建设,继续压降高风险业务,同时关注风险、贷后催收相关合规体系,加强合作机构的筛选与动态管理,以科技为锚推动精细化客群分层、轻量化拓客的能效提升。

北京商报记者 董晗萱

上市券商中期派现首破200亿

截至9月1日,券业2026年半年报已披露完毕,目前有27家上市券商及券商概念股发布2026年中期分红方案。对比2025年上半年,券商中期分红总额大幅增长至275.53亿元,较2025年上半年的191.45亿元增幅达43.92%。同时,这也是证券行业中期分红总额首度突破200亿元。

其中,头部券商派现力度显著加大,部分中型券商分红意愿也有所抬升,行业中期股东回报水平再上新台阶。具体来看,中信证券以66.72亿元的分红总额位居榜首,国泰海通以52.54亿元紧随其后,遥遥领先其他券商。

同样分红超10亿元的券商还有中信建投、广发证券、中国银河、华泰证券、招商证券、申万宏源、国信证券,分别分红22.49亿元、19.56亿元、16.4亿元、16.25亿元、14.52亿元、12.52亿元、10.24亿元。

上述9家券商2026年中期分红共计231.25亿元,对比2025年中期分红的135.98亿元,同比增长70.07%。

对此,中国企业资本联盟副理事长柏文喜解读称,本轮分红大增的底层逻辑为“业绩弹药+政策刚性+治理升级”的三轮驱动。从业绩端来看,2026年上半年上市券商及券商概念股合计营收3895亿元、同比增长45.08%,合计归母净利润1672.21亿元、同比增长48.66%,构成分红爆发的利润基础。

值得关注的是,今年券业中期分红呈现出鲜明的结构性特征,行业差异化发展愈发凸显。柏文喜指出,头部券商用“大基数+稳比例”树立股东回报标杆。以中信证券、国泰海通为代表,分红金额占归母净利润的比例分别为29.39%、25.93%,分红合计占全部中期分红总额超四成,头部券商凭借多元的业务布局、稳定的盈利现金流、充足的资本储备,具备持续开展高比例中期分红的实力,分红意愿和分红能力持续

领跑行业。

与此同时,部分大型券商也主动跟进中期分红,积极回馈中小投资者,股东回报意识持续增强。其中,国信证券具备典型意义,实现中期分红的“从无到有”,为2014年上市以来首次,单次分红10.24亿元,占归母净利润的17.87%。

此外,还有部分中小型券商走出了一条完全不同的路线,采用高比例分红回报股东。例如,红塔证券分红2.35亿元,现金分红占归母净利润比例高达46.01%,位居行业榜首。同期,山西证券、南京证券的分红比例也均超27%。柏文喜指出,部分区域性/特色券商通过“高分红率”换取市场关注度和更好的股东持有体验,弥补其可能存在的规模劣势。

与此同时,还有东北证券、国盛证券、天风证券、太平洋证券等多家中小券商及券商概念股选择不进行中期分红,留存利润。

对于上述现象,柏文喜表示,这种两极分化是资本实力与战略选择的双重映射。大中型券商积极分红的同时,还有多数中小券商缺席,反映的是不同的资本逻辑:对于头部或优质中型券商,资本充足率宽裕、盈利高增、资本消耗压力小,分红是响应监管、提升ROE、吸引长期资金的理性选择。对于部分中小券商,留存利润用于业务转型、补充资本、应对行业并购整合窗口,导致分红率偏低。

“本轮券商中期分红,是‘业绩周期上行’遇到‘监管政策鼓励’下的股东回报大潮——头部券商用分红锁定长期资金、特色券商用高比例分红争取市场存在感、中小券商则在‘分与不分’之间权衡生存与发展。未来3—5年,分红能力将成为券商估值分化的核心维度之一,具备持续高分红能力的券商有望获得显著的估值溢价。”柏文喜总结道。

北京商报记者 刘宇阳 实习记者 王思奕