

兴业消金:践行金融为民使命 全力助推高质量发展

作为国内持牌消费金融公司扩大试点后的首家开业机构,兴业消费金融股份公司(简称“兴业消金”)自2014年成立以来,12年如一日,始终秉持为人民服务的普惠初心,坚持“信用立身、以诚相宜”的服务理念,响应客户多元化的消费需求,为促消费、稳增长、惠民生做出了积极贡献。据统计,截至2025年末,兴业消金已累计发放贷款突破5000亿元,服务客户数超过4100万户,为我国经济的高质量发展注入了消费金融的新活力。

促消费 细化场景 贴合多元需求

消费是拉动经济增长的关键力量。长期以来,兴业消金深耕消费场景,深挖细分市场,不断推出产品体系的迭代升级,持续增强产品与消费场景的适配性。公司先后推出了多种细化场景的创新专案,使金融服务更加贴合不同群体的多元化消费需求。

比如,2025年推出的“活力贷”专案锚定宠物、母婴及运动健康三大消费场景,精准匹配客户需求,为年轻优质客群提供多样化的普惠金融服务。在流程设计上,采取线上线下相结合的方式,提升流程时效,优化客户体验。

又如,“随享”消费分期专案持续为医疗健康、教育培训等头部品牌企业的消费客户提供金融分期服务,将金融与场景深度融合,提振消费市场活力,加速商品和服务的流通,助力商户增收增效。截至2025年末,服务客户3.85万人,发放贷款8.35亿元。

可以看到,兴业消金正在从传统的“资

金提供者”转型为“消费生态伙伴”,从客户需求出发,锚定真实消费场景,通过数据驱动的客户分层与灵活产品设计,提供从申请到还款的全流程适配服务,让消费者在真实的消费过程中,更加便捷地获取金融支持,进而促进消费增长。

稳增长 深耕普惠 探索差异发展

金融的本质是服务实体。当前,在一些经济领域,金融服务深度和广度仍有提升空间,如何更好地服务实体经济,在普惠的基础上,探索适合自己的差异化发展之路,这是消费金融行业需要正视的问题。

自2014年成立以来,兴业消金持续聚焦个体工商户这一实体经济重要组成部分的消费金融需求,发挥数字化运营手段,通过整合征信记录、社保公积金、商圈经营数据、支付宝经营流水等多维数据,构建客户360度全面画像,并通过“送货上门、最快一天放款”的服务模式,切实解决这一普惠客群的消费资金困难,助力提升其消费能力,提高生活质量。

2022年起,兴业消金还着力打造以“优客通”为代表,服务于新市民群体的产品体系,为大城市的年轻白领提供租房、家装、大件商品等消费开支支持。目前,该产品已实现从申请、审批到放款的全流程优化升级,大幅缩短了申贷审批时间,有效提升了服务的精准度与安全性。

惠民生 挖掘潜力 拓宽共富之路

随着国家乡村振兴战略的深入推进,乡村基础设施建设不断完善,各项推动农村创新消费模式的政策也不断落地。在农民收入渠道拓宽,收入增加的大背景下,县域经济的活力持续释放,乡村居民消费逐步升级催生信贷需求,蕴藏着巨大的发展潜力。

十年前,湖南农村的袁先生来到泉州台商区,从最初的物流跟单员做起,一步步扎根、沉淀,不仅在城市安家立业,更圆了多年来的心愿——在湖南老家盖起了新房。就在准备添置家电时,一笔5万元的家电采购资金,却让袁先生犯了难。获悉这一需求后,兴业消金客户经理上门为他详解

了“兴家贷”的相关政策,十分契合袁先生的需求。最终,从提交申请到5万元资金到账用时不到1天,袁先生感叹“兴业消金帮了大忙了!”

袁先生的案例只是兴业消金服务乡村全面振兴的一个缩影。近年来,兴业消金充分发挥消费金融在促进农业高效、乡村宜居宜业、农民富裕富足等方面的驱动作用,不断带动农业农村各类要素流动,助力乡村兴旺,拓宽共富之路。

比如,针对福建沿海的渔业养殖、山东山西的果树种植、河北四川的牲畜养殖等地方农业特色,公司组织客户经理入乡入户驻点与村委会合作开展集群式金融宣传,为当地养殖户、种植户提供贴近当地市场的金融咨询和消费贷款服务。

通过深耕县域市场,在拓展新的业务增长点的同时,兴业消金为乡村全面振兴注入了更多的金融活力,努力推动经济效益与社会价值的双丰收。

放眼未来,站在“十五五”规划开局的新节点,以及国家致力于培育壮大新型消费、激发内循环活力的当下,兴业消金将继续砥砺前行,加大创新力度,秉承金融为民,努力写好普惠金融这篇大文章,为释放内需潜力、助力共同富裕添砖加瓦。

网络食品、外卖新规落地 平台与商家准备好了吗

6月1日,《网络餐饮服务经营者落实食品安全主体责任监督管理规定》开始施行;此前,《网络食品销售经营者落实食品安全主体责任监督管理规定》已于5月20日落地。两部新规“会师”,分别对准外卖和网络食品两大领域,切准消费者对食品安全的担忧疑虑。

两部新规发布已过去数月,新规从“纸面”走向执行,平台和商家准备好了吗?“新华视点”记者对此展开调查。

织密“舌尖责任网”

近年来,网络餐饮业迅猛发展。然而,点一份外卖很简单,点到一份“放心外卖”是消费者更关心的。有的商户地址虚假、资质造假,平台管理链条存在一些漏洞。

与此同时,网络食品假冒伪劣、虚假营销等问题时有发生,影响人民群众食品安全和消费信心。

基于此背景,两部新规直击痛点,织密责任之网,让平台、商家、监管部门三方责任落实落地。

两部新规公布以来,多项条款备受关注。

——压实平台主体责任。平台提供者应当明确负责食品安全管理的机构,配备食品安全总监、食品安全员等管理人员。平台提供者主要负责人对本平台

食品安全工作全面负责。

——信息必须透明。入网餐饮服务提供者的网店名称应当与实体经营门店招牌名称一致,不提供堂食服务的,应当在其主页面显著位置设置“无堂食”标识。

——审查实质化。平台提供者应当通过实地核查等方式,对入网餐饮服务提供者的食品经营许可证等经营资质证书进行实质性审查,防止任何单位和个人使用虚假或者他人的经营资质入网提供餐饮服务。

——从细节处抓安全。入网餐饮服务提供者应对餐饮食品进行包装、封口,并保证封口开启后无法复原,防止餐饮食品在配送过程中受到污染。

平台“守门”出实招

新规对外发布以来,落地情况如何?记者调查发现,各大平台正在推进资质审核与过程管控的“能力升级”。

一方面,加强审核,把好“入口关”。审核虚设,曾为“幽灵外卖”提供了滋生土壤。京东外卖相关负责人介绍,为将“幽灵店铺”拒之门外,带有地理定位的“一镜到底”视频审核将商家入驻审核通过率控制在40%以下。拼多多则对营业执照、食品经营许可证等资质启动新一轮核验,对不符合要求的店铺,从限制流量、限制经营再到清退,逐级加码处理。

另一方面,充分利用创新手段,让技术成为“千里眼”。美团外卖产品部负责人介绍,美团自主研发的食安大模型“星眸”,已覆盖后厨识别、环境预警等多个环节,当前日均后厨巡检超1400万次。淘宝闪购则将AI监管贯穿从建店到经营全链路,用以提升风险识别精度与处置效率。

监管部门也在同步发力,以“软指导”与“硬约束”相结合的方式,进一步织

密监管之网。

“此前我们已召开外卖平台企业行政指导会,指导外卖平台全面梳理现有制度、流程等,查找差距和漏洞,抓紧全面自查整改。”市场监管总局餐饮服务食品安全监督管理司相关负责人说,“接下来,我们将指导各地严肃查处一批重点案件,清退和下线一批违规入网店铺,强化对违法行为震慑力度”。

与此同时,各地监管部门做出多样化有益探索。

上海市推出网络餐饮电子证照核验应用,打通监管部门、平台和商户之间的信息链路,对入网餐饮服务提供者进行官方核验。河北沧州、衡水和山东德州三市共建网络餐饮服务安全跨区域监管执法协作机制,加强联络会商与数据共享,提升线索移送和案件协查效率。

中国人民大学公共管理学院教授刘鹏认为,新规明确平台主体责任,倒逼行业提升“重流量轻安全”,将有力推动合规经营、优胜劣汰,助力行业高质量发展。

两部新规直击痛点,织密责任之网,让平台、商家、监管部门三方责任落实落地



社会共治齐亮剑

平台入网商户众多,新规从源头入手,细化入网商户行为规范,让商户实实在在担起合法合规的责任。

对标新规,千千万万的人网商户正在经历一场“自我体检”。

北京市东城区一家外卖店铺的张老板告诉记者,为通过平台系统实时检查,他将后厨里里外外擦拭了几遍。“现在明厨亮灶的摄像头盯着,垃圾桶不加盖都会被AI巡视到,不及时整改还影响店铺流量。”他说。

像张老板这样整改自查的商家不在少数。在江西南昌新打造的无堂食外卖示范街区里,所有商户均已在外卖平台公示实体店和后厨实景影像,并按要求加挂“无堂食”标识,做到信息公开、过程透明。

除了商家自身的整改自查,社会共治的力量也被吸纳进来,延伸监管触角,为食品安全增添保障。

外卖骑手直接接触外卖商家,最了解其日常经营情况。北京、广西、浙江等多地聘用其担任食品安全监督员,外卖骑手在取餐、配送途中,可通过手机随手上报证照异常、环境脏乱等问题。

普通消费者的力量同样不容忽视。江苏省淮安市推出了覆盖全市的网络订餐有奖举报机制,举报可通过12315热线等多渠道提交,建立起全民监督的

共治格局。

然而,记者在采访中也发现,新规落地仍面临挑战。

目前,各大平台逐步推出“无堂食”标识选项,但有外卖店铺老板坦言:“打上了‘无堂食’标识,就好像让消费者觉得我家的菜不够干净一样,很担心影响销量。”

“无堂食外卖的认定标准还需清晰界定。”刘鹏说,其中涉及区分纯外卖店、有限堂食等不同情形,明确标注边界,才能避免平台和商家认知混乱、推诿扯皮。

针对商家顾虑,多家平台正通过分类标签和流量倾斜等方式,将“无堂食”从“减分项”转化为“合规经营加分项”。此外,新规虽已将笼统规范细化为可核验、可问责的具体准则,但在执行过程中,各地仍需针对具体情形细化监管要求。“例如,平台资质核验及实地核验标准,各地需要根据自身情况进一步明确核查流程、核验清单和判定标准。”刘鹏说。

新规落实在于久久为功。两部新规的落地,是在外卖与网络食品业态规模不断扩大的情况下,进一步压实食品安全责任的探索。只有各方持续用力、协同发力、查漏补缺,才能让消费者点得放心、买得安心、吃得舒心。

从儿童用品到网络环境 一批儿童相关 国家标准发布

据新华社电 国家市场监督管理总局近日发布一批儿童相关国家标准,涉及毛绒玩具、电动童车、儿童伞具、未成年人上网等方面,从儿童用品到网络环境全面升级技术要求,多层次筑牢儿童安全防护屏障。

在毛绒玩具方面,《毛绒、布制玩具》(GB/T 9832—2026)国家标准覆盖儿童日常高频接触的玩偶、公仔、抱枕等全品类毛绒、布制玩具,新增甲醛、pH值、色牢度、异味等健康安全指标,严格管控零件脱落、缝线开裂等物理机械风险。同时,细化外观品质、填充物均匀度、清洁保养指引等要求,使产品兼顾安全性与使用体验。

在电动童车方面,《电动童车通用技术条件》(GB/T 32441—2026)国家标准适用于14岁以下儿童使用的非道路电池驱动玩具车辆,聚焦充电欠保护、耐用性不足等问题,明确续航里程、遥控性能、转向操作力、充电防护、导线强度等要求,强化产品疲劳耐久与整体机械强度,并对车速超8公里/时的产品增设挡位锁定保护,有效防范结构及部件失效带来的安全隐患。

在儿童伞具方面,《儿童伞通用技术要求》(GB/T 28477—2026)国家标准适用于3岁至14岁儿童使用的伞具,优化伞面强度、开合力度与底座稳定性等基础性能,明确开关耐久性、抗风能力与部件牢固度,规范防紫外线标注安全,提升反光可视性,保障儿童户外使用安全。

在未成年人上网方面,《网络安全技术 移动互联网未成年人模式技术要求》(GB/T 47694—2026)国家标准针对网络不良信息侵扰、上网成瘾、个人信息泄露、诱导消费等风险,明确手机端、上网软件、应用下载平台中未成年人专属防护模式的技术要求,助力未成年人安全健康上网。

询价启事

我单位现需采购应急科普讲解大赛会务服务,拟通过询价方式采购,欢迎符合条件的供应商于2026年6月4日17:30前到泉州晚报社14楼询价通知书并报价。

联系人:张女士 059522500136
泉州市刺桐新闻网络有限公司
2026年6月1日

招标启事

我社印务中心拟销售一批生产废料,包括:废报纸、废版、废纸芯、废包装纸、大白废纸和二白废纸等6类废料。欢迎具备相关资质的单位或个人,于2026年6月18日17:00之前,前往泉州经济技术开发区崇宏街465号泉州晚报社印务中心大楼三楼办公室报名及索取招标文件。

联系电话:0595-28052816 许先生
泉州晚报社
2026年6月2日

八部门联合发文 做强海洋保健食品产业

据新华社电 市场监管总局、国家药监局、自然资源部等八部门近日联合印发关于加快海洋药物和功能制品高质量发展的指导意见,将海洋保健食品、海洋药物、海洋生物材料等作为重点突破领域,推动海洋产业高质量发展。

海洋保健食品产业是海洋产业的重要组成部分,海洋保健食品主要包括不饱和脂肪酸类(如鱼油、磷虾油)、多糖类(如壳聚糖、海参多糖)及蛋白质与肽类(如鱼胶原蛋白、牡蛎肽)三大品类,是满足

群众抗氧化、免疫调节、脑健康维护等多元化健康需求的重要载体。

根据指导意见,市场监管总局在严格保健食品注册备案监管、保障产品质量安全基础上,聚焦抗氧化、改善记忆、缓解体力疲劳等市场需求旺盛的保健功能,支持

科研机构、行业企业依托现代生物技术推动海洋保健食品产业提质升级,加快推进海洋保健食品新原料、新功能开发应用,重点支持新功能海洋保健食品研制,更好满足人民群众健康需求。

依托自主原料与科创优势,我国海洋