

财政货币政策发力提效

促消费“组合拳”有效扩大优质供给

近日召开的中央政治局会议强调,要有效扩大国内需求,适应不同群体消费需求扩大优质供给。金融是国民经济的血脉,是支持提振和扩大消费的重要抓手。当前,金融在促消费、扩内需的过程中,还面临哪些痛点?接下来又该如何深耕消费市场?记者就有关问题采访了业内人士。

政策红利精准赋能

在财政金融政策“组合拳”的推动下,我国消费市场持续扩容。消费市场规模扩大的意义,远不止于数字增长本身,还标志着经济增长主引擎从投资和出口向扩内需的根本性转换。

专家表示,这深刻反映出消费市场正从“有没有”向“好不好”转变,从单纯的规模扩张迈向结构优化升级。当超大市场规模从量的积累转向质的提升,消费对产业升级的牵引力、对就业的吸纳力都将得到系统性增强。近年来,中国人民银行通过提升信贷政策的结构引导效能,加力推进金融提振消费。中国人民银行等多部门印发《关于金融支持提振和扩大消费的指导意见》,从消费供给和需求两端强化金融服务,满足各类主体多样化融资需求。《2026年第二季度中国货币政策执行报告》显示,截至2026年6月末,全国服务消费重点领域贷款余额2.9万亿元;全国住户消费贷款(不含个人住房贷款)余额20.82万亿元。

中国人民大学重阳金融研究院副研究员刘锦涛表示,消费信贷本质上具有跨期配置收入的功能,特别是家装、教育、文旅等消费,往往具有单笔支出较大、消费需求集中而收入形成相对分散的特点。金融可以帮助居民在合理负债水平下,平衡不同阶段的收入和支出。居民愿不愿意消费,不仅取决于融资是否便利,也取决于融资成本能否匹配自身收入等因素。

金融政策“组合拳”集中发力,有助于分担借款人部分融资成本,直接惠及消费者个人。财政部、中国人民银行、国家金融监督管理总局发布了《个人消费贷款财政贴息政策实施方案》,引导银行以“真金白银”提振消费市场活力。今年以来,浙江农商银行联合银行辖内瑞安农商银行等金融机构发挥贴近县域的服务优势,多措并举推动个人消费贷款财政贴息政策落地。在风险管控方面,该银行通过系统自动识别与人工审核相结合,重点审核消费真实性、消费用途合规性,确保贴息政策精准惠及真实消费。

此外,今年8月1日起《个人贷款业务明示综合融资成本规定》正式施行,银行机构须



向借款人明示息费成本。“政策引导银行把利息、分期费用等履约成本统一折算为年化水平,让消费者看到的是贷款总价,帮助借款人评估月供之外的真实负担。”南京财经大学经济学院教授李庆海表示,对消费者而言,统一口径提高了不同机构、不同产品之间的可比性,能够减少银行隐性收费和信息误导,提升借款人敢贷积极性,并有助于减少信贷纠纷。

进一步提升促消费“组合拳”效能,刘锦涛表示,一方面应进一步加强财政政策和金融政策协同,把贷款贴息、政府性融资担保、风险补偿与银行信贷结合起来,以有限财政资金撬动更多市场化资金;另一方面继续发挥结构性货币政策工具作用,引导金融资源更多流向养老、托育、文旅、健康等具有较大增长潜力的服务消费领域。

提升信用卡吸引力

从促消费角度来看,信用卡具有不可替代的优势:它同时连接银行授信、消费支付、账单管理和分期服务,能够嵌入大量高频消费场景,是提振内需的天然纽带。

“然而,信用卡行业面临严峻挑战,场景适配不足等问题让消费者用卡意愿持续走低。”苏商银行特约研究员薛洪言表示,部分信用卡

产品同质化严重,额度、费率、积分规则高度趋同,缺乏对不同群体的精准画像,难以激发持卡人的高频使用热情。中国人民银行发布的《2026年第一季度支付体系运行总体情况》显示,截至2026年一季度末,全国共开立银行卡102.61亿张。其中,借记卡95.74亿张,信用卡和借贷合一卡6.87亿张。这相较于2022年的发卡高点来说,存量规模缩水较大。

为此,要想提升信用卡吸引力,银行应当从追求发卡数量和刷卡次数的老路上走出来,进而去推动信用卡从支付工具向综合消费金融服务平台转型。

薛洪言建议,针对不同客群定制权益体系,让每张卡都有清晰的功能定位。年轻群体看重餐饮娱乐、线上消费的即时优惠,可以将权益向文旅、餐饮等高频场景倾斜;中产家庭更关注商旅出行、子女教育、健康医疗等品质权益,可围绕这些领域设计分期优惠和专属服务;银发群体则对操作便捷性和资金安全有更高要求,需简化流程、强化保障。

提升信用卡吸引力不能简单理解为刺激居民增加负债。刘锦涛表示,监管部门此前就提示,信用卡、小额信贷与消费场景深度绑定虽然能够降低即时支付压力,但频繁、叠加使用消费信贷也可能带来过度负债和征信风险。因此,金融机构一方面要提高信用卡服务的便利性和可得性,另一方面也应坚持适度授信和理性定价,避免过度营销诱导消费者超出自身偿付能力消费。

保险助力脑机接口走向临床

随着脑机接口技术加速从实验室走向临床,配套的风险保障也在同步跟进。近期,保险行业聚焦临床试验、手术意外、患者保障等关键环节创新保险产品,既减轻患者接受前沿创新诊疗的负担和顾虑,也为医疗机构开展高精尖脑机临床手术提供风险托底,减少前沿技术临床推广阻碍。

今年5月份,全国首个百通侵入式脑机接口系统临床试验宣布正式启动,这项由北京智冉医疗科技有限公司发起的试验,标志着我国自主研发的高通量侵入式脑机接口技术进入临床转化的快车道。然而就在7个月前,这家公司的临床试验推进还充满了各种挑战,其中之一就是一张迟迟难以落地的保单。

杨然

随着脑机接口技术加速从实验室走向临床,配套的风险保障也在同步跟进。近期,保险行业聚焦临床试验、手术意外、患者保障等关键环节创新保险产品,既减轻患者接受前沿创新诊疗的负担和顾虑,也为医疗机构开展高精尖脑机临床手术提供风险托底,减少前沿技术临床推广阻碍。

今年5月份,全国首个百通侵入式脑机接口系统临床试验宣布正式启动,这项由北京智冉医疗科技有限公司发起的试验,标志着我国自主研发的高通量侵入式脑机接口技术进入临床转化的快车道。然而就在7个月前,这家公司的临床试验推进还充满了各种挑战,其中之一就是一张迟迟难以落地的保单。

脑机接口植入手术需要开颅,有一定手术风险。出于对受试者的保护,医院伦理委员会要求企业在开展临床试验申请前,必须为受试者提供保障,以确保患者因试验遭受人身伤亡时,可获得相应经济赔偿。一张临床试验责任保险单,就是最有效的“通行证”。对于保险行业来说,脑机接口手术风险形态新颖,是没有核保标准、没有历史数据、没有行业参考案例的“三无”保险标的,远超保险公司常规风险偏好,拒保才是最安全的选择。

为了把手术风险摸清楚,中国人寿财险上海分公司生物医药核保团队做了大量功课。“从器械风险来看,我们将智冉的侵入式脑机接口与国内外龙头企业对标,评估下来器械风险差异不大。从手术风险来看,我们选取较为成熟的手术DBS脑起搏器作为参照对象。DBS脑起搏器需要探入患者的脑部深处,而智冉的侵入式脑机接口深度更浅,手术风险反而更低。综合以上两个因素,我们觉得风险相对可控。”团队核保人员朱惠璐表示。除此之外,作为智冉医疗的投资方之一,中国人寿集团旗下国寿投资公司的调研报告也摆上了核保团队的案头,“通

过与投资团队的交流,我们对智冉的脑机接口产品有了更深入的了解。智冉的脑机接口产品,是用于帮助瘫痪患者实现运动、语言、视觉等功能恢复的神经调控设备。它通过植入颅内的电极阵列,刺激或抑制特定的神经通路,从而实现对运动、语言、视觉等功能的调控。智冉的脑机接口产品,是用于帮助瘫痪患者实现运动、语言、视觉等功能恢复的神经调控设备。它通过植入颅内的电极阵列,刺激或抑制特定的神经通路,从而实现对运动、语言、视觉等功能的调控。

当前,消费金融场景覆盖明显滞后于消费结构的变化。比如,文旅、康养、教育、体育、家政等服务消费需求蓬勃生长,但金融服务往往未能“在场”——消费者产生消费意愿的瞬间,分期办理繁琐、优惠无从触达,这种场景与金融的脱节直接抑制了消费的即时转化。与此同时,不同群体的消费需求日益分层,适配这些差异化场景的金融产品供给仍显不足。

消费金融要真正发挥促消费作用,关键不只是增加贷款额度,更重要的是融入合适的消费场景。只有金融服务与居民真实、具

体、持续的消费需求匹配起来,才能把金融供给转化为消费增量。刘锦涛表示,在这一背景下,消费金融也需要从相对单一的家电、装修等传统大额消费场景,向更加多元、更具生活化特征的消费场景延伸。

消费金融是激发消费的重要力量,多地消费金融机构积极拓宽消费场景,下沉金融服务。中原消费金融聚焦文旅新型消费赛道,创新打造特色文旅金融服务场景。该公司依托中原消费金融App,重磅上线景区门票抽奖惠民活动,将金融服务与文旅惠民深度结合,通过打破传统金融服务边界,以轻量化、趣味化、普惠化的惠民活动为载体,助力激活文旅消费市场。海尔消费金融相关负责人表示,海尔消费金融加快打通金融赋能家电消费全链条,其智家分期业务已入驻2000余家海尔线下门店,全面赋能空调、冰箱、洗衣机等家电消费,有效适配消费者家电换新等多元需求。

丰富消费场景,核心在于打通“消费即金融”的无感体验。比如,在文旅消费中,从机票酒店预订到景区门票、餐饮购物,金融服务可以贯穿整个行程,让分期、优惠、积分权益在每一个触点自然呈现。在新能源汽车消费中,金融不应只出现在事后的贷款审批,而应前置到选车、试驾、充电等环节,提供一站式解决方案。

消费场景的丰富离不开数字化支撑。金融机构与电商平台、线下商户、政务服务平台实现联通,将金融服务“隐身”在消费过程中。中央财经大学中国互联网经济研究院副院长欧阳日辉认为,培育消费金融新场景,政府应做好“筑基”工作,推动政务数据、公共信用数据向合规金融机构有序开放,打破数据孤岛,降低金融机构场景嵌入的信息成本;金融机构需从等客上门转向主动造景,依托人工智能实现“钱找人”的精准滴灌;平台企业和实体商户要开放场景接口,与金融机构共建消费一支付一信贷一服务闭环。

从更长远看,金融促消费最终要形成一个完整生态。刘锦涛表示,未来应进一步推动银行、保险、消费金融公司与文旅、体育、养老、医疗等行业深度合作,把金融资源更多投入有真实需求、有优质供给、有持续消费潜力的场景中,通过支付、信贷、保险等金融工具提高效率,降低消费成本,充分释放消费潜力。

跨国公司跨境资金管理政策扩容

本报记者 勾明扬

为进一步便利跨国公司集团资金归集使用,深化高水平金融开放,支持实体经济高质量发展,中国人民银行、国家外汇管理局近日联合发布《关于跨国公司本外币跨境资金集中运营业务有关事宜的通知》(以下简称《通知》),在全国范围开展跨国公司本外币跨境资金集中运营业务,《通知》自今年9月14日起施行。

跨国公司是以资本联结为纽带,由境内外母公司、子公司、参股公司等组成的企业联合体,涵盖中资出海跨国公司与来华外资跨国公司。跨国公司本外币跨境资金集中运营业务,是指跨国公司根据自身经营和管理需要,集中运营管理境内外本外币资金,开展资金归集和余缺调剂、经常项目资金集中收付和轧差净额结算等业务。

为满足跨国公司资金跨境流动频繁等需求,2021年以来,中国人民银行会同国家外汇管理局先后在北京、广东等地推出了跨国公司本外币一体化资金池试点、跨国公司本外币跨境资金集中运营试点,支持跨国公司根据自身经营和管理需要,集中运营管理境内外本外币资金,节约流动性管理成本。总体思路是根据企业合并所有者权益分别核定外债和境外放款额度,在宏观审慎管理框架下自主归集、灵活调配、统筹使用境内外人民币和外币资金。其中,使用人民币可获得更大资金跨境调配空间,体现本币优先。

2025年12月,中国人民银行、国家外汇管理局联合发布《关于跨国公司本外币一体化资金池业务有关事宜的通知》,将跨国公司本外币一体化资金池试点推广至全国。本次发布的《通知》则是将跨国公司本外币跨境资金集中运营业务从试点地区推广至全国,这是去年跨国公司本外币一体化资金池的政策接续,为企业统筹境内外本外币资金提供普惠化政策路径。

记者了解到,跨国公司本外币跨境资金集中运营与跨国公司本外币一体化资金池政策有3方面主要区别。一是准入门槛,跨国公司本外币跨境资金集中运营的建池量化指标为跨国公司本外币一体化资金池的十分之一,且国际收支规模和营业收入总额条件满足其一即可,支持更多中小规模跨国公司入池。对主办企业注册在自由贸易试验区的跨国公司,准入门槛量化指标进一步减半。

二是备案登记受理主体,跨国公司本外币一体化资金池由主办企业所属外汇局省级分局办理备案登记,跨国公司本外币跨境资金集中运营则将备案登记权限调整至主办企业所在地外汇局,跨国公司办理备案更便利。

三是资金划转权限,额度归集方面,在境外放款额度集中业务中,跨国公司本外币跨境资金集中运营的相关系数为0.6、跨国公司本外币一体化资金池为0.8,对应可集集的境外放款额度为所有者权益的0.6倍,低于跨国公司本外币一体化资金

近期,曾被不少投资者视作“闭着眼睛买”的R2级中低风险银行理财,出现阶段性净值回撤、账面浮亏,成为理财市场热议的现象。面对市场波动引发的投资者焦虑,多家银行理财子公司密集发声或致信投资者,释放稳预期观点。

风险等级R2理财产品,是指发生重大本金损失的概率较低,绝不等于保本保收益。当前绝大多数R2级理财产品以债券资产作为底仓,一部分产品采用“固收+”策略博取超额收益。由于市场利率变动、债市阶段性调整会直接传导至产品净值变化,出现短期波动是市场化运行的正常表现。

过去,理财市场在刚性兑付的模式下,给市场留下“理财稳赚不赔”的刻板印象。随着资管新规落地,彻底打破刚兑,理财全面切换为净值化运作,底层资产价格波动直接体现在每日净值上,不再有机构隐性抹平收益的缓冲机制。具体而言,近期R2级理财产品破净,主要是两类产品不同原因所致。

一类是“固收+”R2级理财产品回撤。这类理财产品主要配置存款、利率债、高等级信用债等品种。债券价格和 market 利率呈反向运行,当市场利率快速走高,存量债券交易价格会随之下行,带动产品净值短暂跌破1元面值。这属于估值层面的阶段性波动,只要底层资产信用没有爆雷,随着债券持有到期,票息收益持续累积,浮亏大概率会随时间逐步修复。

另一类是“固收+”R2级理财产品回撤。产品回撤原因是债市波动叠加权益市场调整的双重结果。“固收+”以债券为安全垫,小比例配置股票、可转债增厚收益。一旦股市出现系统性回调,权益部分的下跌损失会直接吞噬债券票息收益,直接造成产品净值回撤。

面对R2级理财产品的回撤,投资者要学会区分短期账面浮亏与永久性本金损失。如果是债市利率扰动带来的波动,持有到期大多具备修复基础;如果是底层资产违约、产品投资策略发生变化,则需要防范亏损风险。

守护老百姓的钱袋子,是金融业重要的民生课题。金融机构不能只谈“买者自负”而忽视“卖者责任”。金融机构需要做好投研层面方案设计,推出的纯债产品要根据市场环境灵活调整久期,设计“固收+”产品要严格做好风险预算,约束权益仓位,不能为追逐更高业绩,随意追加高风险产品,避免市场波动大幅度侵蚀本金安全。

除了优化产品分层设计,金融机构还需要把风险讲透、把策略讲明。在产品销售环节,需要清晰划清纯固收与“固收+”的风险边界,充分披露权益资产的回撤风险,杜绝变相暗示保本保息的误导宣传。针对不同投资群体的风险承受能力合理匹配理财产品。市场发生波动时,要做好投资者陪伴,坦诚向投资者讲清回撤来源、修复路径与大致时间周期,用透明的信息减少市场焦虑,引导理性长期持有,避免低点非理性赎回。

广大投资者也要更新财富观念,须知理财有风险,波动是市场常态。投资之前先理清资金使用周期,客观评估自身风险承受能力,了解所购买理财产品的底层资产,告别“闭眼买理财、只赚不亏”的惯性思维,摒弃追涨杀跌的浮躁心态,树立长期理性的投资观念。

本版编辑 姚进 赵东宇 美编 王子莹

理陶然论金

彭江