

财政部:撬动更多信贷资金精准投向消费领域

8月12日,财政部联合商务部、中国人民银行、金融监管总局等相关部门发布了《个人消费贷款财政贴息政策实施方案》和《服务业经营主体贷款贴息政策实施方案》,通过财政和金融的联动,支持促消费、扩内需。13日,财政部副部长廖岷在新闻发布会上表示,制定这两项贴息政策,就是要通过进一步强化财政和金融协同,撬动更多信贷资金精准投向消费领域,降低居民和经营主体的信贷成本,在保障和改善民生的同时,通过提振消费畅通经济循环。

廖岷介绍了两项政策的主要内容:

首先是个人消费贷款贴息政策。这项政策直接惠及广大人民群众,是中央财政首次对个人消费贷款进行贴息。贴息对象为居民使用的相关贷款经办机构个人消费贷款中实际用于消费的部分,包括单笔5万元以下日常消费,以及单笔5万元及以上家用汽车、养老生育、教育培训、文化旅游、家居家装、电子产品和健康医疗等重点领域消费,贴息比例为1个百分点,大体为当前商业银行个人消费贷款利率水平的1/3,政策实施期为1年。支持范围既包括商品消费,

也包括服务消费,这符合我国居民目前消费的最新的多元化发展趋势。

其次是消费领域的服务业经营主体贷款贴息政策。从消费结构看,我国目前服务消费具有较大增长潜力,为了释放这一潜力,需要有更高质量的供给,因此,我们同步实施了服务业经营主体贷款的贴息政策。贴息对象是向消费领域服务业经营主体发放的银行贷款,聚焦餐饮住宿、健康、养老、托育、家政、文化娱乐、旅游、体育等8类主要消费服务领域。贴息比例为1个百分点,可以贴息1年,上述领域的服务业经营主体单户享受贴息的贷款规模最高是100万元,单户享受贴息最高1万元。这两项政策到期后,我们还会开展效果评估,研究视情延长政策的期限,或扩大支持范围,和调整贷款经办机构的范围。

政策设计坚持了五项原则:一是坚持服务消费群体及经营者。两项政策直接惠及消费者个人和消费服务的供给方,通过降低信贷成本、提高政策覆盖面等措施,为提升消费领域的服务水平,为居民获得高品质的商品与服务提供便利。二是坚持简单易行。两项政策不设繁琐的门槛、不搞复杂的操作,

力求惠及广大人民群众生活和经营主体经营所需,贴息测算和申请等工作主要由贷款经办机构完成,这样能最大程度地便利借款人。三是坚持贴近生活。政策支持范围广泛覆盖涉及居民衣食住行的主要消费场景和消费种类,贴息额度综合考虑了城乡家庭收入和支出状况,有助于支持普通老百姓日常生活的部分开支。四是坚持市场化、法治化运作。两项政策均明确要求经办机构要按照市场化、法治化的原则开展授信评审、贷后管理,严格执行各项信贷监督管理制度规定,强化信贷资金用途管理和风险管控。五是坚持部门的协作。两项政策实行全流程管理,中央和地方相关部门各司其职,严格把好资金的审核、拨付等关口,确保政策的执行效果。

廖岷表示,财政部将会同相关部门,督促地方和贷款经办机构认真做好组织实施,充分发挥政策的效能,以“真金白银”来助力居民更好消费,助力经营主体提升消费的服务水平,实现供需两端的良性循环,更好满足人民群众日益增长的美好生活需要。

来源:人民网

明确了! 这些个人消费贷款可享受财政贴息



国务院新闻办公室8月13日举行新闻发布会,介绍个人消费贷款贴息政策和服务业经营主体贷款贴息政策有关情况。财政部金融司司长于红在会上强调,居民享受个人消费贷款贴息的条件,核心是要有真实的消费行为。

于红介绍,从今年9月开始的一年时间里,无论是日常性的小额消费,还是买车、装修、购置家具家电或手机电脑等较大额度的商品消费,或者是旅游、养老、生育、教培、医疗等服务消费,只要是在相关机构获得了消费贷款,其中实实在在花出去用于消费的部分,都可以享受贴息支持,每人单笔消费最高享受的贷款贴息是500元,多笔消费可以叠加享受。

具体规则:对于单笔5万元以下的消费,按照实际金额计算贴息,多笔叠加以后,在同一家贷款机构最高可以享受贴息1000元;对于单笔5万元以上的消费,以5万元为上限来计算贴息,也可以多笔叠加,加上小额消费的贴息以后,在同一家贷款机构最高可享受贴息是3000元。

于红提醒,个人消费贷款贴息政策支持的是消费者合理的借贷需求和真实的消费行为,如果借款人使用个人消费贷款用于一些非消费领域,或是其他违规套利行为,这不属于政策的支持范围,将无法取得贴息资金。

来源:人民网

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1120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1309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1315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

中国电商物流指数再创年内新高



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,电商物流市场需求端有望保持增长,但供给端各项指数可能继续受天气影响,还有待观察。

来源:证券日报

进入暑期,“文博游”持续升温,全国各地的博物馆成为众多游客和市民的热打卡点,许多博物馆甚至一票难求。

数据显示,截至2024年底,全国备案博物馆达7046家,较上年增加213家。在数量持续攀升的同时,参观人次也快速增长,2024年,全国博物馆接待观众超14亿人次,同比增加1亿余人次。

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,暑期“文博游”热度攀升主要有三方面原因:一是当前优秀传统文化备受追捧,博物馆作为文化传承的重要载体,自然成为热门选择,加之暑期亲子家庭出行增多,博物馆成为寓教于乐的理想场所;二是受社交媒体传播的影响,越来越多的游客乐于在短视频等平台分享“文博游”经历,推动博物馆文化触达更广泛人群,激发大众对“文博游”的热情和向往;三是各地博物馆积极创新,一方面大力推出特色专题展及情景剧等,增强趣味性、互动性,另一方面利用VR、AR等技术打造沉浸式游览体验,进一步

暑期“文博游”撬动文旅消费新增量

吸引游客前来观光。

“文博游”的升温不仅提升了博物馆门票收入,还催生了诸多新的消费热点和增长点,撬动了文旅消费新增量。

“首先,文创产品成为一大亮点,包括印有文物图案的文具、服饰、工艺品等,满足了游客的收藏和分享需求,推动周边衍生品市场快速扩张;其次,博物馆周边的主题餐厅、咖啡馆和酒店不断涌现,结合文化元素的消费体验吸引更多流量,延长游客停留时间;再次,数字文博服务和在线展览衍生出付费虚拟体验和会员订阅模式,成为博物馆收入新来源;最后,交通和导览服务消费显著增长,形成了以博物馆为核心的消费产业链,如专属文博巴士、专业讲解App等。”商务部研究院副研究员洪勇对《证券日报》记者表示,这些消费热点不仅丰富了旅游产业链,还为相关产业注入活力,带动文旅消费整体增长。

来源:证券日报

今年上半年我国机器人产业营业收入同比增长27.8%

工业和信息化部党组成员、副部长辛国斌8月8日在2025世界机器人大会开幕式上表示,今年上半年,我国机器人产业营业收入同比增长27.8%,工业机器人和服务机器人产量同比分别增长35.6%和25.5%,连续12年位居全球最大工业机器人应用市场。

作为世界机器人大会的永久举办地,北京在机器人产业发展中扮演着关键角色。北京市委副书记、市长殷勇介绍,目前,北京市机器人产业发展水平位居全国前列,人形机器人产业规模约占全国1/3,今年上半年产业营收增长近40%,机器人专精特新“小巨人”企业数量居全国首位。

在产业快速发展的同时,技术创新前沿也呈现出鲜明趋势。世界机器人合作组织理事长乔红表示,生成式人工智能驱动具身智能机器人设计、具身智能机器人工厂、跨学科的具身智能机器人开源社区等已成为当前具身智能机器人发展的代表性趋势。

这些技术突破正推动应用场景加速落地。中国电子学会遴选出十大人形机器人潜力应用场景,包括:工业通用操作、汽车制造、3C制造、船舶制造、石油化工、电力生产、安全应急、商业服务、家居服务、农业生产等。其中,工业制造类场景占据主流,清晰显示出人形机器人赋能实体经济的重要方向。

来源:人民网