

财政金融协同发力 更好激发消费潜力

——四部门详解两项贴息政策

新华社记者 申铖 吴雨



消费贷款领域的“国补”来了

财政部副部长廖岷表示，这两项贴息政策，有人称之为消费贷款领域的“国补”，是非常形象的。

廖岷称，个人消费贷款贴息政策直接惠及广大人民群众。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5万元及以上的重点领域消费。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。

服务业经营主体贷款贴息政策方面，廖岷称，政策聚焦餐饮住宿、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。”

“为扩大政策覆盖面，两项贴息政策设计上充分体现了普惠性，全面覆盖居民日常消费和各类群体，满足人民群众多元化、多层次的消费需求。”廖岷说。

财政部金融司司长于红表示，这两项贴息政策没有设置复杂的申请程序，尽量让大家做到“省钱又省心”。只需要满足一些基本、必要的条件，就可享受政策支持。

财政金融政策协同发力

此次出台的两项贴息政策，从居民消费需求和企业服务供给两端发力，加大融资支持力度，进一步体现了财政与金融政策协同配合。

中国人民银行信贷市场司负责人车士义介绍，今年以来，中国人民银行牵头出台《关于金融支持提振和扩大消费的指导意见》，设立5000亿元服务消费与养老再贷款，激励金融机构加大消费领域信贷供给。

记者从发布会上了解到，截至6月末，不含个人住房贷款的全国住户消费贷款余额21.2万亿元，全国住宿餐饮、文体娱乐、教育、居民服务等服务消费重点领域经营主体的贷款余额2.8万亿元。

廖岷表示，此次出台的两项贴息政策是财政金融协同支持提振消费的一次创新探索。

“做个简单的测算，如果按照1%的贴息比例，意味着1块钱的贴息资金，有可能带动100块钱的贷款资金用于居民消费或消费领域服务业的供给。”他表示，通过财政金融政策协同发力，发挥公共资金的引导作用，将撬动更多金融活水流向真正的消费领域。

廖岷称，这两项政策到期后，还会开展效果评估，研究视情延长政策期限或扩大支持范围，以及调整贷款经办机构范围。

形成合力抓好政策落实

政策出台后，相关消费群体和经营主体能否真正得到实惠，尤为关键。

“为了让有限的财政资金能够真正惠及人民群众，防止贴息资金被套取挪用，政策实施的流程涉及经办机构操作、金融监管、财政资金管理等多个环节，服务业经营主体贷款贴息政策还涉及相关行业主管部门。各个方面将密切配合，形成合力，共同把好事办好。”廖岷说。

商务部既是服务消费工作的牵头部门，也直接负责实施方案中涵盖的餐饮住宿、家政等行

业的管理工作。商务部服务贸易和商贸服务业司负责人王波表示，下一步，将积极开展政策宣传与解读，强化贷款贴息政策审核把关，做好政策实施效果跟踪问效。

车士义表示，下一阶段，中国人民银行将配合财政等部门抓好政策落实，强化政策合力，全力做好金融支持消费工作。加强与财政等部门的信息共享，促进政银企融资对接，让政策红利惠及更多服务业中小经营主体。

“个人消费贷款贴息政策涉及千家万户，关系到广大金融消费者的切身利益。”金融监管总局政策研究司司长郭武平介绍，金融监管总局将指导贷款经办机构合理设置消费贷款的额度、期限、利率，做好贷款贴息资金的测算、审核、申请工作。

就服务业经营主体贷款贴息而言，金融监管总局对经办银行提出了加大信贷投放力度、优化操作流程等多方面要求。

“我们将引导经办银行严格按照行业管理部门审核检查结果申领贴息资金，并动态跟踪贷款流向，加强资金用途管控，确保资金合规和有效使用。”郭武平说。新华社北京8月13日电

日前，财政部等部门对外发布了《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》。

这两项贴息政策有何特点？将发挥何种效用？在13日举行的国新办新闻发布会上，财政部、商务部、中国人民银行、金融监管总局有关负责人进行了介绍。

指数创新高！电商物流夏日持续发力



网络图片

□ 新华社记者 叶昊鸣

记者13日从中国物流与采购联合会了解到，7月份中国电商物流指数为112.0点，比上月回升0.2点，刷新年内新高。其中，电商物流总业务量指数为130.9点，比上月回升0.1点，创年内新高。

指数创新高的背后，是电商平台持续刷新的交易额、各地频繁穿梭的物流车辆、跨越多区域运输的快递包裹。

盛夏时节，骄阳似火。新疆喀什地区疏勒县内，时不时能见到疾驰的京东物流车辆。

“上午在电商平台下单买的手机，下午就送到了，真是太方便了！”疏勒县的阿依夏惊喜地说道。

电商物流时效更快，点燃了当地老乡们的网购热情。据京东物流疏勒县营业部经理薛浩男介绍，依靠高效的电商平台和京东物流喀什仓，疏勒县已迈入了网购“当日达”时代。

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。

昭通的苹果、元江的芒果、红河的火龙果……正是夏日当季，云南各类水果集中上市。

云南中通招商负责人朱杨佳介

绍，为了让这些农产品更快更便捷地找到买家，中通西南（昆明）智能科技电商产业园提前与当地农业合作社合作，支持商家在仓库直播实现销售前置。同时，中通快递为农产品提供冷链仓储和常温仓储服务，积极运用航空干线高效的运输能力，通过整合冷链、航空、仓储及陆运干线资源，量身打造农产品仓配销一体化服务。“目前，产业园每天发出各类农产品超8万单。”朱杨佳说。

数据显示，7月份，农村电商物流业务量指数为131.5点，比上月回升1.1点。分地区来看，全国所有地区农村电商物流业务量指数均有所回升，中部地区比上月回升1.7点，回升幅度最大。除东部地区外，其他地区农村电商物流业务量指数均高于全国平均水平。

与往年相比，今年7月的电商物流市场并未因年中电商大促等活动结束而沉寂。

“7月促消费政策持续发力，1380亿元‘国补’资金陆续下达，居民消费热情和信心不断增强，带动电商物流需求。”中国物流信息中心副总经济师胡焰说。

随着支持以旧换新的中央资金逐步到位，各地持续做好配套资金支持。相关部门将指导地方进一步优化完善补贴发放方式，确保政策实施更加平稳有序、资金均衡使用到年底。

受高温天气影响，“夏日经济”成为7月线上销售的主要驱动力。

“从电商的消费品类来看，医用保健用品、防晒用品、服装和饮料等品类表现突出，加上暑期来临，图书、教育培训等品类销售热度显著提升。”中国物流与采购联合会副会长何辉说。

何辉表示，随着暑期消费旺季的到来，以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将有望保持增长。

新华社北京8月13日电