

消费贷“国补”倒计时 银行开启“预热”模式

个人消费贷款贴息政策将于9月1日开闸，这是中央财政首次个人消费贷款领域实施贴息政策。《个人消费贷款财政贴息政策实施方案》发布后，相关银行及消金机构迅速响应。

记者了解到，部分银行消费贷贴息准备工作已进入最后的系统测试阶段，并且已有银行开启预热营销相关贴息产品，部分银行操作指引细则和手机银行APP上的消费贷贴息窗口将于本周落地。

例如，邮储银行发送短信称：消费贷最高100万，9月1日起支用贷款消费，还可叠加国家财政贴息、最高可按1%年贴息比例享3000元。

工商银行北京市分行微信公众号日前发布贴息政策的实施时间、支持对象、贴息范围及比例。该行“融e借”产品贷款额度最高可达100万元，年化利率

(单利)低至3%(财政贴息前)。

不止在线上宣传，伴随消费贷“国补”落地渐行渐近，机构在线下也加大营销揽客力度。

“您可以先申请贷款，授权我行查询交易记录，测完额度，如果觉得合适，可等到9月1日贴息业务正式开办后再进行提款，最高可享3000元贴息。”一国有大行北京分行客户经理介绍。

记者走访多家银行获悉，对于贴息后的利率，补贴或将一次性冲销形式发放，合同中的贷款利率较此前不会降低。而目前银行消费贷最低利率普遍为3%，这也意味着，在消费贷利率不变情况下，贴息后借款人实际承担利率有望降至“2字头”。

本次政策覆盖机构包括19家商业银行和4家消费金融公司。其中，入选的

4家消费金融公司为截至2024年末资产规模排名行业前四的机构。

“目前业务部门非常繁忙，需要完成包括整理台账以供相关部门审核等一系列工作。”一位头部消费金融公司人士向记者表示，根据政策，单笔5万元以下的个人消费贷款累计贴息上限为1000元，对应符合条件的累计消费金额为10万元。由于消费金融公司的客户具有“金额小、频次高”的特点，当前公司正在积极优化操作细则，以期让消费者享受到更多实惠。

广发证券银行首席分析师倪军测算，国有行作为个人消费贷、经营贷增量主力，且客群覆盖面更加广泛，预计政策利好下，6家国有行消费贷、经营贷年度增量分别为8787亿元、16532亿元，同比分别多增1464亿元、661亿元。

股份行目前消费贷、经营贷增速处于低位，预计政策利好下，零售信贷增速有望回升，预计12家股份行消费贷、经营贷年度增量分别为2331亿元、2683亿元，同比分别多增1736亿元、2073亿元。相应地，预计6家国有行财政贴息148亿元、12家股份行财政贴息30亿元。

面对大额财政补贴，资金用途监管也成为市场关注重点。多家银行在公告中均提示合规使用贷款资金，工商银行、平安银行等建议优先使用放款账户进行消费。农业银行、光大银行等还警示了套取贴息资金要承担的后果。另外，对相关部门审核未通过或违法违规套取贴息资金的，银行将按规定扣减或追回。对借款人违法违规套取贴息资金的，纳入个人不良征信记录并依法依规严肃处理。(据《经济参考报》记者/向家莹)

逛实体店挑生鲜、买潮玩、选儿童用品——把精彩装进购物袋

到超市“赶海”，鲜活水产品带来逛水族馆般的新鲜体验；去潮玩店“吃谷”，在追赶潮流中获得情绪价值，满足社交需求；在母婴店“淘货”，“所见即所得”的同时，享受专业、细致的服务……凭借产品升级、服务优化、场景创新，到店消费热度不减。逛实体店成为很多消费者，特别是年轻消费群体的选择。

网络购物很便利，为何仍有不少消费者热衷打卡实体店？他们的购物袋里都有啥？近日，记者在多地进行了探访。

在生鲜超市

打捞水产 放松身心

下午5:30，贵州贵阳市合力惠民生鲜超市南浦路店逐渐热闹起来，下班来购物的顾客精挑细选心仪的商品，工作人员忙着补货、整理。

来到水产区，宽大的鱼缸整齐排列，透明的玻璃映着蓝莹莹的水光。连串气泡从增氧泵里“嗡嗡”吐出，翻腾出水面时“噼”的一声破裂，鱼儿在其中游弋。一旁的王丽丽静静看着，一天的疲惫也像气泡一样冲出身体，消失得无影无踪。

30岁的王丽丽是贵阳人，工作5年了，“每天跟报表、材料打交道，工作强度大，一天下来身心疲惫。”这段时间，生鲜超市成了她下班后的好去处，尤其是到水产区“赶海”，放松又解压，一周要去三四次。

“平均每天客流超过1000人次，年轻人占八成，购物时间集中在下班以后，水产品占日销售额的30%。”该店店长李中秀介绍，顺应年轻人看重便捷、品质的消费需求，超市在水产品供给上精准发力。比如，活鲜和冰鲜配有直供基地，从源头上严把产品质量；现场能免费加工，提供烹饪服务，让“赶海”的乐趣第一时间在舌尖绽放。

吐沙子的蛤蜊、举着钳子的龙虾、

缓缓游动的鲈鱼……前一阵，王丽丽带着不到两岁的女儿到超市看鱼。坐在购物车上，隔着透明的缸壁，孩子被水中的各色鱼儿吸引。“看到女儿感兴趣，我就挨个讲给她，听着她咿咿呀呀地回应着，感到特别惊喜！”王丽丽说，到超市“赶海”的魅力在于轻松、新鲜和互动感强，这是线上购物无法替代的。

“我们会根据季节调整水产区的品类，特定时段还有打折促销，吸引了不少顾客。”李中秀说。

“超市‘赶海’作为一种新兴的生活方式，近两年尤其受到都市年轻人的喜欢。”工业和信息化部信息通信经济专家委员会委员盘和林说，在超市或生鲜市场中观察、挑选鲜活海鲜，满足了人们对自然的好奇心，也是现代人重新定义生活节奏、平衡工作压力的一种尝试。

在潮玩店

挑选盲盒 乐趣满满

“你今天‘吃谷’了吗？”这是当下以Z世代为代表的年轻人之间常用的问候语。“谷子”是英文“goods(商品)”的谐音，“吃谷”就是购买潮流玩具。

如今，“吃谷”、“捞”潮玩、“摇”盲盒在年轻群体中十分流行，三五成群去商场选购潮玩，成为年轻人的消费习惯和休闲时尚。

前不久，北京朝阳大悦城的一家潮玩厂牌快闪店开业，当天就吸引逾万名年轻人进店选购。“我平常就关注各种IP的限定活动，听说有快闪活动就早早赶来。排了半小时的队，买到了喜爱的潮玩，完全值得！”在北京工作的潮玩爱好者范鑫欣说。

“对于社交需求强烈的年轻人而言，潮玩是一种‘社交货币’。”潮玩店奇梦岛创始人战绘宇说，年轻人购买、分享潮玩，在线上线下发现同好、

结交朋友。

在北京市社会科学院副研究员王鹏看来，潮玩品牌丰富、IP种类繁多、营销手段新奇有趣，为年轻群体提供了充分的选择空间。除了潮玩蕴含的文化IP、外观设计、性价比等因素，通过消费来获得情绪价值、达成悦己体验成为影响年轻人选购的重要驱动力。

“每周末我都会去潮玩店逛逛，现在流行的泡泡玛特、TOP TOY、三丽鸥、迪士尼等品牌我都买过。”“95后”北京西城区居民刘彬说，“外形可爱、设计独特，是我选购潮玩潮品注重的标准。”

刘彬和许多年轻人一样热衷“摇”盲盒。“边摇边凑近耳朵仔细听，经验丰富的人有可能辨认出隐藏款。”刘彬说，摇盲盒摇到自己想要的款式，会让人感到惊喜和满足。

遇上商家、商场有优惠，年轻人在潮玩上的即兴消费就更多了。浙江绍兴市多家大型综合商场内，邮储银行绍兴市分行推出支付优惠活动，信用卡用户可参与随机立减和固定优惠。邮储银行绍兴市分行信用卡部总经理吴玲雅介绍，“今年上半年，经本分行进行的潮玩类消费累计金额290万元，客户享受优惠额达21万元。”

“年轻人喜爱这种‘支付有惊喜’的活动，低门槛、高趣味的优惠活动催生了不少年轻顾客的小额高频消费行为。”一名潮玩店店长说。

在母婴店

放心选购 服务舒心

上午10时，35岁的宝妈黄静静来到孩子王广东广州荔湾领展广场店，带两个孩子做小儿推拿的同时，顺便购买第二天出游路上的小零食。

这家店占地4000多平方米，奶粉、辅食、玩具、服装、婴儿车、婴儿床等孕婴童所需的各类产品一应俱全。

在店里的食品区域，店长刘志芳指导她领满减券，享受优惠，总价金额立刻从234.9元降为114.9元。

作为该店的资深会员，黄静静每次购物都有折扣优惠，两个孩子的各类开销基本都在这家店，每周要来好几次。仅去年，她在这家店的实际花销就达到1.8万多元。

现在网购很方便，为什么还有很多家长乐于到母婴店“淘货”？“在实体店，我能看到婴儿车的实际样式、尺寸，再上手试一试，看看是否好用。”黄静静说，两年前购买婴儿车时，碰上门店开展优惠大促，1600多元的售价比网上要低出100多元，非常划算。另外，实体店“所见即所得”，消费者可以选择生产日期较新的产品，也是很多人爱逛母婴店的原因。

黄静静看中的，还有实体店的面对面互动和延伸服务。“店员能详细介绍产品，导购服务也很专业，另外还可以听听老客户的真实反馈。”黄静静说，店里还开办了自营的小儿推拿服务，每天都有4名持证上岗的专业推拿师在岗，自己会定期带两个孩子来推拿，感觉确实有些效果。

“我们顺应年轻人的消费习惯，引进大型儿童乐园，进一步优化母婴室等服务设施，让亲子客群舒心消费，在优化服务与体验的赛道上不断发力。”广州荔湾领展广场负责人李嘉麟说。

“尽管母婴产品的购买渠道愈加多元化，但母婴店仍然是奶粉销售的重要渠道，这和门店提供的便捷性、即时性、专业性服务息息相关。”中央财经大学数字经济融合创新发展中心主任陈端表示，母婴店应在产品和服务上双向发力，一方面持续提升产品安全与功能性，另一方面拓展更多增值服务，以吸引更多新手爸妈从“头回客”变成“回头客”。(据《人民日报》记者/齐志明、苏滨、王云娜)