

消费贷贴息升级 多巨头加码补贴



消费贷贴息新政“放大招”!

期限延到2026年底,信用卡分期入围,单笔最高可省3000元……

1月20日,财政部、中国人民银行、金融监管总局三部联合印发通知,明确优化实施个人消费贷款财政贴息政策。北京商报记者注意到,此次调整从政策期限延长、支持范围扩容、贴息标准优化到经办机构扩围等多维度发力。政策落地后,截至目前,已有蚂蚁、京东、度小满等多家企业火速跟进配套举措。

批受益者,叠加多重优惠与贴息支持,切实享受到了消费便利。

贴息规模约180亿至200亿元

此次贴息规模有多大?国家金融与发展实验室副主任曾刚预测,结合政策覆盖范围、支持力度及过往政策实施数据,2026年该项政策的贴息总规模预计在2000亿元左右,具体到个人消费贷贴息来看,政策年化贴息比例1%,单人单机累积贴息上限3000元,且政策期限延至2026年底,覆盖范围扩至信用卡分期。参考2025年政策覆盖超2亿人的规模,若2026年居民参与度提升至30%,预计该领域贴息规模约180亿至200亿元。

目前,京东贴息服务已实现上亿种商品和服务的全面覆盖。从数据来看,政策在激发消费潜力、提升金融服务普惠性方面成效显著。截至2026年1月中旬,京东平台使用贴息功能的用户,笔均消费金额较政策实施前提升近20%;其中三线及以下城市贴息订单量占比达44%,体现出普惠金融不限地域。

另外,蚂蚁消金相关负责人称,其在淘宝天猫上线“国家贴息”商品专区,为消费者集中呈现可享受国家贴息的分期免息商品,自2025年10月30日上线至今,已经有数百万消费者浏览该专区,国家贴息政策惠及更多普通消费者。

博通咨询首席分析师王蓬博指出,消费贷贴息的核心是降低居民信贷成本、扩大内需,同时拓宽消金机构业务空间。相较于往年,今年政策更注重信用卡分期的协同发力,消金机构可简化消费贷与信用卡分期的申请流程,上线贴息专项入口,联动商超、文旅、家装等高频消费场景推出组合产品,将信用卡账单分期贴息规则清晰公示,让用户直观了解利率优惠、还款期限等关键信息,同时,也可通过线上线下协同提升政策落地效率,真正让惠民举措直达消费终端。

“这一举措的意义不止于短期拉动消费,更能引导居民合理消费、机构合规展业。”王蓬博说道。

确保贴息资金精准直达

“从短期来看,对个人消费贷的贴息,能够直接降低居民消费融资成本,撬动汽车、家电、家居等大宗消费需求,同时带动日常消费回暖;从长期来看,有利于培育新的消费热点与投资增长点,为内需持续扩张夯实产业基础。”曾刚指出,需要注意的是,政策作用的充分发挥,还需配套落实好简化申请流程、加强资金监管等举措,确保贴息资金精准直达市场主体,真正实现“政策红利”转化为“内需动力”。

谈及风险控制,蚂蚁消金相关负责人介绍,其主要通过花呗分期为消费者提供国家贴息服务。

“随着大模型和多模态图关系网络技术日趋成熟,依托更强的算力支撑和更复杂算法模型,花呗能够实时获取和处理更多元化和碎片化数据,动态判断风险,构建起一套深度场景化的风险管理体系,覆盖‘贷前一贷中一贷后’全流程,确保信贷资金精准滴灌消费者的真实需求。”前述蚂蚁消金相关负责人介绍。

在王蓬博看来,对于机构来说,风险管控重点要防范资金挪用和虚假申请,机构需打通消费场景数据,核对消费贷及信用卡分期的贷款用途与实际消费记录,结合用户收入流水、征信情况等多维度信息核验还款能力,避免资金流入投资、理财等非消费领域。此外,后续消金机构可聚焦下沉市场和新消费场景,加强政策宣传,让更多用户知晓权益,在合规前提下提升服务响应速度,平衡业务增长与风险防控。

“识别贷款资金的真实性和合规性,是风险管控的核心环节。机构应建立严格的审核机制,同时可利用技术对资金流向进行实时跟踪,确保资金专款专用。此外,也可加强与商户的合作,验证消费行为的真实性,防止资金挪用等违规行为的发生。”山东隆源律师事务所主任、高级合伙人李富民建议道。

北京商报记者 刘四红

有平台加码补贴到免息

新政明确,将个人消费贷款财政贴息政策实施期延长至2026年12月31日,调整后,个人消费贷款财政贴息政策实施期为2025年9月1日至2026年12月31日。

支持范围的扩容更是一大亮点。其中,新政不仅首次将信用卡账单分期业务纳入贴息支持范围,执行1个百分点的年化贴息比例,填补了此前信用卡消费信贷领域的政策空白,同时还取消了原政策中对消费领域的限制性条款。

政策落地不久,北京商报记者注意到,已有多家消金公司和电商平台有所动作。

作为首批23家经办机构之一,蚂蚁消金相关负责人告诉北京商报记者,自去年9月政策落地实施以来,蚂蚁消金用好用足政策,加大信贷投放力度,不断优化金融产品和服务。主要通过花呗分期为消费者提供国家贴息服务,打出“政策补贴+金融支持+商家优惠”的组合拳,联动电商平台、品牌商家,在国家贴

息1%基础上,加码为消费者补贴免息。

事实上,在国家贴息政策出台前,很多商家为了促进消费,已经自行为消费者进行贴息,实现了部分商品的花呗分期免息。在国家贴息政策带动下,平台商家扩大免息覆盖,拉高免息期数,为消费者提供过亿款分期免息商品,最高可享24期免息。

此外,招联作为消费贷贴息政策的4家消金公司之一,也在2025年9月1日便上线运行贴息系统,包括优化业务流程,设立国补贴息专区,向客户提供认证结果查询及借款指引,覆盖受托支付、自主支付等消费贷款场景。

近期,在年终消费旺季,度小满也推出年货节国补活动,活动通过提供“新客最高立减1.5%利息券,30天免息优惠券”(以实际界面为准)及“借款笔笔返现”等实惠,老客户可享最高1%贴息等举措,直接降低用户的资金成本,有效激发其在装修、教育、旅游等重点消费领域的意愿。

值得一提的是,新政后的规则,除了将贴息政策实施期限延长至2026年底外,消费支

持力度也进一步升级。

京东方面告诉北京商报记者,用户使用京东白条享受的贴息范围更广:取消单笔消费贴息金额上限500元的要求,取消每名借款人在一家经办机构可享受5万元以下累计消费贴息上限1000元的要求。同时,取消此前对于消费领域的限制,用户可进行各领域消费。

据介绍,消费者在京东可多重减免,享便捷“立减”。系统会自动测算用户可享贴息金额,在支付环节直接完成抵扣,无需用户额外申请。同时,国家贴息可与京东平台多重优惠叠加使用,消费者选购同时带有“国家贴息+国补立减”标识的商品,即可实现双重省钱。

有北京市民看到新政后,通过京东平台选购AR眼镜。产品原价3299元,在2026年国补政策将智能眼镜纳入补贴范围后,先享15%国补立减,再叠加设备首购补贴,最后通过京东白条24期分期享受1%年化贴息,最终省了700多元,相当于以原价8折完成交易。

“现在不仅省钱,更重要的是把这笔支出提前分开安排,日常开销也没那么紧。”该市民说道,她也成为贴息政策升级后最早的一

人身险预定利率研究值连降 买保险还“划算”吗

岁末年初,当人们习惯性地盘点收支、规划未来时,一股无声的波动正在保险市场的深水区酝酿。这股力量的源头,指向一个金融术语——人身险“预定利率”。1月20日,预定利率调整的关键参考对象“研究值”再次微调,暂时定格在1.89%。

这不足0.1个百分点的变化,触及着握有存款、寻求稳妥增值的大众心绪,也搅动着整个保险行业转型与求存的深层水域。研究值的下调,是否会直接促使预定利率下调?承载着大众对“稳稳幸福”期盼的保险契约,其吸引力是否正在褪色?此外,行业又将如何在这场从“吃息差”到“拼内功”的深刻变局中找到新的航向?

预定利率调整窗口暂闭

人身险预定利率2026年会降吗?

1月20日,普通型人身保险产品预定利率研究值再次更新,同时为预定利率调整释放了最新信号。

保险业专家在人身保险业利率研究专家咨询委员会2025年四季度例会上,就人身保险产品预定利率发表了意见,认为当前普通型人身保险产品预定利率研究值为1.89%。

回溯过去一年,这个数字呈现出清晰的下行轨迹:2025年1月、4月、7月、10月公布的普通型人身保险产品预定利率研究值分别为2.34%、2.13%、1.99%和1.9%。

这一系列变化的背后,是一套于2025年初正式落地的动态调整机制。此前,金融监管总局正式下发《关于建立预定利率与市场利率挂钩及动态调整机制有关事项的通知》,要求每季度发布预定利率研究值。

根据预定利率调整的触发条件,当保险公司在售普通型人身保险产品预定利率最

高值连续2个季度比预定利率研究值高25个基点及以上时,要及时下调新产品预定利率最高值,并在2个月内平稳做好新老产品切换工作。

值得关注的是,目前市场上普通型人身保险产品的预定利率最高值仍为2%,与研究值1.89%的差值为11个基点,尚未触及25个基点的调整阈值。这意味着短期内或许不会出现新产品预定利率的集体性下调。

中泰非银近日发布的研报显示,2025年以来长端利率底部企稳,预定利率研究值逐季降幅边际收窄。若市场利率维持不变,2026年或难再现“预定利率调整窗口”。根据测算,若后续国债收益率曲线、5年期存款利率和5年期LPR维持当前水平,则2026年末的预定利率研究值模拟测算值为2%,与当前在售普通型人身保险产品预定利率最高值(2%)相符。中期来看,新产品预定利率上限调整可能性并不高。

然而,市场的调整预期并未因此完全消除。上述研报指出,不排除监管结合后续股市场波动和险资自身经营情况做综合考虑。

对于后续预定利率的走势,众托帮联合创始人兼总经理龙格认为,预定利率研究值将跟随市场利率动态调整。若宏观经济与长期利率未出现趋势性回升,预定利率仍有下调压力,不过,调整节奏会趋于平稳。

险企“转型”挑战犹存

春江水暖鸭先知。预定利率研究值连降,消费者和保险公司最先感知。对其而言,这不仅是一个数字变化,更意味着权益的变化与经营策略的转向。

中央财经大学副教授刘春生表示,预定利率研究值连降,若导致预定利率下调,对消费者而言,意味着储蓄型人身险保证收益缩水、回本周期拉长,保障型产品保费或上涨,但已投保产品权益不受影响。

如果后续研究值下调导致预定利率下调,龙格表示,对于消费者而言,这意味着新发售的传统储蓄型保险产品的保证收益水平或将随之降低。

面对后续保证收益空间的收窄,行业转型的方向已然清晰。一般而言,当预定利率迎来大调整时,意味着保险公司需根据市场变化快速更新产品。“对保险公司和行业来说,在利差损风险降低的背景下,行业加速向‘保证收益+浮动分红’产品转型,市场化定价和风险管理能力进一步提升。”刘春生表示,这意味着保险公司要做好产品切换,需合规先行、提前储备适配新品、把控停售与上新节奏并做好客户沟通。

在龙格看来,预定利率下调意味着保险公司需平稳完成产品切换,重点转向沟通分红险、万能险等具备“保证+浮动”收益特征的产品,突出其在利率下行环境下的相对优势。在销售方面,需加强培训,引导客户调整对长

期保证利率的预期。

然而,转型之路并非坦途。产品复杂度的提升,是摆在险企和百万保险代理人面前的首要挑战。分红险、万能险的产品设计和利益演示远比传统固定收益产品复杂,对销售人员的专业素养提出了更高要求。一位资深保险代理人在与北京商报记者交流时坦言,市场上确实存在一些销售误导的隐患,例如个别代理人可能过分强调短期收益或做出不切实际的承诺。有的保险代理人可能引导用户着眼于短期收益,提及诸如“未来可以全额退保”等说法。

对于相关现象,上述代理人认为,保险代理人销售的不是普通商品。“我们常常深度介入客户的家庭规划,了解他们的财务状况、情感需求和潜在风险。因此,代理人的核心价值,在于能否真正站在客户的立场,运用最大的专业能力,帮助他们规避风险,规划更安稳、幸福的人生。在行业转型期,坚守这份初心和专业更为重要。”

“稳健收益”特点仍具吸引力

从宏观视角出发,从保险业的一线视角描绘出当前市场的真实温度图谱具有一定的必要性。

有保险经纪人在接受北京商报记者采访时表示,当下储蓄险的咨询量与成交量有所增长,从其团队和个人的角度看,一线销售情况呈现“局部升温、整体不均”的特点。部分业务伙伴感受积极,这部分业务人员主要是年资长、业务能力更强的伙伴,多数人仍然感觉目前的销售不算轻松,尤其是长期限产品成交难度依然较高。总体而言,他认为肯定无法和前几轮产品停售节点前的市场热度同日而语。

在银行存款利率一降再降,银行理财产品也告别刚兑的今天,人身保险产品,特别是储蓄型保险,其吸引力究竟来自何处?

北京劭和明地律师事务所保险律师李超表示,在利率下行周期中,保险存在收益结构的差异化优势。保险产品采用“保证收益+浮动分红”的组合策略。在当前银行存款利率走低的环境下,储蓄型保险的保证部分(1.5%—1.75%左右)已具备一定竞争力,而浮动分红则提供了超越存款利率的可能性,演示收益多在3%—4%。这种结构既提供了底部安全垫,又保留了向上弹性,契合了储户“既怕错过收益又怕损失本金”的心理。

不可忽视的是,保险具备长期锁定利率功能。“这是保险最核心的优势之一。存款利率持续下行,而保险产品一旦投保,收益率即可在整个保障期内锁定,有效规避‘再投资风险’。”李超进一步表示。

在李超看来,相比于净值化后也会出现波动的银行理财以及直接波动的股市,分红险的“本金安全、收益浮动但永不亏损”的特点,精准匹配了风险偏好适中储户的需求。这也是为什么业内都看好保险在“存款搬家”资金流向中的表现,认为其“稳健收益”的特征已具备稀缺性。

人身险预定利率研究值的连续下调,被视为一场深刻价值重估和发展模式转型的序幕。对于保险公司而言,需转向更加注重资产负债匹配管理、产品创新和真正专业服务的精细化道路。对于消费者而言,则需要用纵全局的视角看待保险产品。中国精算师胡宁宁在接受北京商报记者采访时也表示,保险在存款搬家现象中的市场份额有望持续提升,主要是因为保险产品的收益率优势比较明显,同时相较于银行理财和基金,收益率稳定性也比较好。北京商报记者 胡永新