

超20亿元“新春礼包”即将派送

9天假期有奖发票奖金超10亿

今年春节假期,是史上最长新春假期,将迎来人们购置年货节礼、走亲访友、旅游度假的黄金期。盛秋平表示,“乐购新春”春节特别活动将推出一批含金量高的政策礼包,促进节日消费。

据介绍,此次活动为广大消费者准备了三重大礼包,涵盖以旧换新、有奖发票和金融支持。在以旧换新方面,首批625亿元国补资金已到达各地商务部门,春节假期期间,各地将加大补贴投放,充分保障消费者按政策要求申领补贴。在有奖发票方面,全国50座城市将开展有奖发票试点,半年实施期内将发放100亿元奖补资金,其中春节假期的奖金规模将超10亿元。在金融支持方面,金融机构、支付机构将联合商家推出多种形式的“乐购新春”优惠措施,覆盖机票酒店、美食餐饮、景点门票等多领域的消费场景。

此外,盛秋平表示,为各国朋友来体验春节里的中国也备足了政策礼包。例如,在“方便来”方面,出台提升境外人员入境数字化服务便利性政策举措,各大航司也将在热门的国际航线上增加运力投入。在“欢快玩”方面,鼓励各地发布多语种春节民俗地图,一键解锁庙会灯会、老字号、非遗市集等年味体验,方便国际旅客“入乡随俗过大年”。在“舒心购”方面,将进一步完善银行卡、移动支付、现金等支付环境,给境外旅客提供省心、快捷的消费体验。在“享优惠”方面,1.3万家离境退税商店备足各类优质产品,外国朋友来华购物相当于可额外享受9折优惠。



2月11日,商务部副部长盛秋平表示,在即将到来的农历新年,商务部联合九部门策划“乐购新春”春节特别活动,将广泛动员数十家全国性商协会,联动全国百街千圈、千集万店参与,共同送上真金白银的“新春礼包”;将聚焦节日消费需求,涵盖吃住行游购玩全链条;将突出便民利民惠民,坚持“政策+活动”双轮驱动。据了解,各地已安排20.5亿元资金,在春节9天假期内,通过发放消费券、补贴、红包等形式,直接惠及广大消费者。

迈上40万亿元、50万亿元两个台阶,消费连续五年成为经济发展的第一拉动力。消费市场主要呈现出消费结构优化升级、创新活力持续迸发、城乡消费协调发展和内外市场联动互促四大特点。

“2026年是‘十五五’开局之年,我们将坚持扩大内需这个战略基点,坚持惠民生和促消费紧密结合,大力提振消费,打造‘购在中国’品牌,为建设强大国内市场、推动高质量发展提供有力支撑。”盛秋平说。

盛秋平介绍,在推动商品消费扩容升级方面,优化消费品以旧换新政策的实施,推进汽车流通消费改革试点,全链条扩大汽车消费,促进家电家居消费。推动国货潮品、外贸优品、时尚名品守正创新发展。办好进博会、消博会等重点展会,扩大丝路电商“朋友圈”,吸引国际精品、全球好物共享中国大市场。在扩大服务消费方面,坚持“对外开放、对内放开”,以放宽准入、业态融合为重点扩大服务消费,加力培育交通服务、家政服务、网络视听服务、旅居服务、汽车后市场服务等服务消费新增增长点。

同时,在培育壮大新型消费方面,进一步发展数字消费、绿色消费、健康消费、智能消费,加力推进消费新业态新模式新场景试点。发展首发经济,支持国内外优质品牌开设首店、举办首发首秀首展,扩大优质商品和服务供给。在持续优化消费场景方面,办好“购在中国”20余场专题活动和15场“城市专场”活动,营造浓厚消费氛围。支持15座城市开展国际化消费环境建设试点,近期已会同财政部下拨首批10亿元资金。进一步优化离境退税政策,拓展入境消费。

北京商报记者 程靛

加大个人消费贷款投放

金融机构是“乐购新春”活动的重要参与者,据金融监管总局新闻发言人、政策研究司司长郭武平介绍,金融监管总局将引导金融机构优化资源配置,加强金融产品和服务创新,聚焦消费重点领域和环节,提供高效、精准、便捷的金融服务,满足人民群众多样化的消费金融需求。

其中,在商品消费领域,金融机构将加大个人消费贷款投放,合理确定贷款发放比例、期限、利率,积极支持汽车、家电、家装等

耐用消费品以旧换新,进一步发挥车险好投保平台、二手车信息服务平台的功能,加快推进保险车型综合分级制度建设,有力促进汽车消费。

在服务消费领域,鼓励开发兼具养老风险保障和财富管理功能的商业保险年金产品,支持开发惠及慢病患者、老年人等群体的商业医疗保险。同时,大力推动商业长期护理保险发展。围绕文旅、体育、娱乐、教育等领域优化金融服务模式,促进激发改善型服务消费活力。

在新型消费领域,基于移动终端载体,应用互联网、大数据等技术手段,不断拓宽线上

金融支持消费的渠道,鼓励金融机构与商家合作开发适合新型消费特点的金融产品和服务,支持发展数字消费、体验消费、智能消费、定制消费等新模式。与此同时,加强金融消费者权益保护工作,强化金融产品和服务信息披露,规范产品营销宣传和销售行为,加强数据安全和个人信息保护,完善纠纷多元化解机制,妥善解决消费金融纠纷。

吸引全球好物共享中国大市场

数据显示,“十四五”时期是我国消费跨越式发展的五年,社会消费品零售总额先后

X 西街观察 Xijie observation

存款搬家 不是简单“换个地方存钱”

岳品瑜

近期,“50万亿元天量存款将到期”“2%利率的银行存款几乎绝迹”等话题持续升温,“存款搬家”成为街头巷尾的热门谈资,也牵动着无数普通人的钱袋子。

面对这波资金迁徙浪潮,不少人简单认为,无非是把钱从这家银行转到那家银行,或是从存款转到其他产品。实则不然,存款搬家不只是“换个地方存钱”,而是对每一位投资者资产配置能力的真正考验。

央行2月12日在报告中已明确回应,所谓存款“出逃”,本质是资金从银行存款流向各类资管产品,并未真正逃离银行体系。

这份回应虽缓解了市场对资金“体外循环”的担忧,却也提醒每个普通投资者,存款搬家的核心是“怎么放钱”,而非“放哪里”,这背后隐藏的,也是利率下行时代每个人都要面对的资产配置新课题。

这波存款搬家的导火索,说到底还是“收益落差”倒逼的选择。

2026年,居民定期存款将迎来集中到期潮,据券商机构测算,全年到期量可达50万亿至75万亿元。

回望五年前,长期定期存款利率动辄3%以上,部分产品甚至接近5%,那时把钱存银行,既能保本,收益也足够可观。

而如今,定存利率已跌至“地板价”。国有大行1年期定存利率普遍仅0.95%,即便中小银行、农商行的3年、5年期产品,利率也多在2%以下徘徊。在低利率时代,曾经的“安心之选”,已难以满足居民对资产保值增值的基本需求。

一边是保本保息的存款收益大幅缩水,一边是理财净值波动、股市起伏的风险顾虑,普通人陷入

了“两难困境”。存银行,看着收益越来越少,心里不踏实;转投其他产品,又怕亏了本金,左右为难。

在投资者从“储蓄思维”向“投资思维”缓慢过渡的过程中,银行稳健型理财早已成为承接这笔迁徙资金的主力。

有人说,存款搬家就是“钱从银行存款转到资管产品”,这话没错,但不够全面。当前,资管类产品之所以能成为资金迁徙的主要目的地,核心就在于其延续了定存的“稳健底色”,同时还能在收益上实现一定突破,恰好契合了普通人既想避险又想提升收益的需求。

但对投资者而言,可选择的产品并非只有银行系理财产品。当前,保险、基金等机构也成为资金争夺的“主战场”。储蓄型保险中的分红险,成为当前市场上稀缺的稳健收益代表;公募基金里的“稳健派”更是圈粉无数,“固收+”基金、稳健类FOF、同业存单指数基金备受青睐,而由货币基金、债券基金和黄金基金组成的“新三金”,更精准贴合了年轻人低门槛、易操作的理财习惯,成为存款搬家的新选择。

但无论选择哪种产品,“稳健”都不等于“绝对安全”。任何投资组合都有风险,收益率总会随市场环境波动,没有一成不变的“稳赚不赔”。这就要求每一位投资者,找到适配自身的决策路径,“不要把所有鸡蛋放在同一个篮子里”。

同时要牢记“卖者尽责、买者自负”的原则,明确资管产品不再刚性兑付,投资决策必须建立在自身风险承受能力之上,不盲目跟风抢购理财产品,不被“保本高息”的噱头迷惑。

1月核心CPI“温和上涨”

2月11日,国家统计局数据显示,今年1月,全国居民消费价格同比上涨0.2%,扣除食品和能源价格的核心CPI同比上涨0.8%。国家统计局城市司首席统计师董莉娟表示,1月CPI同比涨幅有所回落,主要原因为春节错月影响和国际油价变动导致的能源价格降幅扩大。值得注意的是,国家统计局发布以2025年为基期的全国居民消费价格指数(CPI)和工业生产者出厂价格指数(PPI)数据,这是本次基期轮换后的首次数据发布。国家统计局城市司相关负责人表示,本次基期轮换对CPI和PPI各月同比指数的影响平均约为0.06个和0.08个百分点,总体较小。

居民消费价格同比上涨0.2%

数据显示,今年1月,全国居民消费价格同比上涨0.2%。环比来看,1月,全国居民消费价格上涨0.2%。

董莉娟表示,CPI同比涨幅有所回落,主要受春节错月影响和国际油价变动导致能源价格降幅扩大的影响。具体来看,去年1月为春节月份,食品和部分服务价格上涨较多,导致去年1月的对比基数较高,导致今年1月同比涨幅回落较多。

分类别看,食品价格下降0.7%,影响CPI同比下降约0.11个百分点,而上月对CPI的影响上拉约0.21个百分点。在食品中,鲜菜价格上涨6.9%,涨幅环比回落11.3个百分点,对CPI同比的上拉影响环比回落约0.27个百分点;鲜果价格上涨3.2%,涨幅环比回落1.2个百分点;猪肉和鸡蛋价格分别下降13.7%和10.6%。同时,服务价格上涨0.1%,影响CPI同比上拉约0.05个百分点,对CPI同比的上拉影响比上月减少约0.2个百分点。在服务中,飞机票、旅行社收费和家政服务价格分别下降14.3%、7.7%和3.5%,三项合计影响CPI同比下降约0.16个百分点,而上月其对CPI同比影响为上拉约0.04个百分点。

不过,数据显示,居民消费需求持续恢复,核心CPI温和上涨的态势没有改变。一方面,扣除食品和能源价格的核心CPI环比上涨0.3%,为近6个月最高。其中,家政服务、美发、电影及演出票价格涨幅为0.4%—2.8%;数据存储设备和计算机价格分别上涨8%和2.6%;

家用器具、家庭日用杂品、个人护理用品价格涨幅为0.7%—1.4%。另一方面,扣除能源的工业消费品价格同比涨幅持续扩大。扣除能源的工业消费品价格同比上涨2.6%,其中黄金饰品价格同比上涨7.4%,家用器具、家庭日用杂品和服装价格涨幅为2.1%—6.6%。

董莉娟表示,节前重要民生商品量足价稳。食品价格环比持平。

PPI连续4个月上涨

数据显示,今年1月,全国工业生产者出厂价格同比下降1.4%,环比上涨0.4%;工业生产者购进价格同比下降1.4%,环比上涨0.5%。对此,董莉娟表示,受全国统一大市场建设持续推进、部分行业需求增加及国际大宗商品价格传导等因素影响,PPI环比上涨0.4%,已连续4个月上涨。

具体来看,全国统一大市场建设持续推进方面,水泥制造、锂离子电池制造价格环比均上涨0.1%,均连续4个月上涨;光伏设备及元器件制造价格由上月下降0.2%转为上涨1.9%,基础化学原料制造价格由下降0.1%转为上涨0.7%,黑色金属冶炼和压延加工业价格由下降0.1%转为上涨0.2%。同时,人工智能等数字化技术加快发展,算力需求增长带动计算机通信和其他电子设备制造业价格环比上涨0.5%;春节前礼品和食品等备货需求增加带动工艺美术及礼仪用品制造、农副食品加工业价格分别上涨4.1%和0.3%;冬季防寒保暖需求增加带动防寒服、羽绒加工价格分别上涨0.9%和0.8%。

此外,随着输入性因素影响,国际有色金属价格上行拉动国内有色金属矿采选业、有色金属冶炼和压延加工业价格环比分别上涨5.7%和5.2%。国际原油价格波动影响国内石油开采、精炼石油产品制造价格分别下降3.1%和2.5%。

基期轮换变化反映消费新趋势

值得注意的是,国家统计局发布以2025年为基期的全国居民消费价格指数(CPI)和工业生产者出厂价格指数(PPI)数据,这是本次基期轮换后的首次数据发布。国家统计局城市司负责人表示,基期轮换后,调查分类目录、调查网点和代表规格品、权重等变动均会对价格指数产生一定影响,但这些因素的影响方向和幅度各不相同,综合起来才是对总指数的影响。经测算,本次基期轮换对CPI和PPI各月同比指数的影响平均约为0.06个和0.08个百分点,总体较小。

该负责人表示,CPI基期轮换是对“固定篮子”和价格对比基期进行调整,以适应居民消费结构的最新变化,进一步提高价格指数的代表性,更加真实准确反映消费市场价格变动。

据了解,本轮基期,参考联合国《按目的划分的个人消费支出分类(COICOP)2018》和我国《居民消费支出分类2013》,在对消费市场充分调研和听取各方面意见的基础上,根据实际情况对CPI调查分类目录进行调整。调整后,大类和基本分类个数不变,仍为8个大类和268个基本分类。在对部分分类删减、合并、拆分的基础上,新增了住房安防设备、老年用品、洗碗机、车用电力、摄影服务、互联网医疗服务、医疗美容服务等反映消费新内容的商品和服务分类,进一步扩大新经济新领域覆盖面。

该负责人表示,与2020年基期相比,本轮基期CPI各分类权重总体变动不大。从结构看,CPI中服务权重有所上升,消费品权重有所下降,这符合经济社会发展规律与我国实际。从分类看,食品烟酒及在外餐饮、交通通信、教育文化娱乐、医疗保健、其他用品及服务五个大类权重有所上升。在食品烟酒及在外餐饮这一大类中,食品权重有所下降,在外餐饮权重有所上升。衣着、居住、生活用品及服务三个大类权重有所下降。

北京商报记者 和岳