

# 谋新篇开新局

## 扩内需打出“组合拳” 金融助力“强大国内市场”

中经记者 张漫游 北京报道

2026年《政府工作报告》将“着力建设强大国内市场”置于2026年重点任务的首位,释放出以更大力

### 从“宏观引导”到“精准滴灌”

扩内需要从需求侧持续发力,协同推进供给侧体系完善、居民收入预期改善以及金融支持机制优化等多项工作。

消费是拉动经济增长的主引擎。国家统计局数据显示,2025年,社会消费品零售总额首次突破50万亿元,消费对GDP增长的贡献率达到52%。不过,2026年《政府工作报告》指出,2025年“国内经济深刻转型,深层次结构性矛盾问题持续显现,消费、投资增长动力不足”。

苏商银行特约研究员高政扬认为,当前扩大内需仍面临一些问题需要进一步解决。首先,居民消费能力与消费意愿有待进一步提升,部分居民对收入预期持谨慎态度,储蓄倾向较高,在一定程度上制约了消费潜力的有效释放。政策层面推出城乡居民增收计划,通过增加居民财产性收入、完善社会保障体系等举措,从源头提升居民消费能力,相关配套落地举措后续有望逐步推进。其次,消费结构升级与供给体系之间仍存在供需错配问题,高品质商品与服务的供给仍存在短板。

消费领域的问题需要多方发力,其中就包括金融层面的举措。

2026年《政府工作报告》用较大篇幅明确部署了金融促消费相关举措:“促进商品消费扩容升级,安排超长期特别国债2500亿元支持消费品以旧换新,优化政策实施机制。设立1000亿元财政金融协同促内需专项资金,组合运用贷款贴息、融资担保、风险补偿等方式,支持扩大内需。扩大个人消费贷款和服务业经营主体贷款贴息政策支持领域,提高贴息上限,延长实施期限。”

北京财富管理行业协会特约研

究员杨海平向《中国经营报》记者分析称,这种变化主要源于三方面原因:其一,2026年是“十五五”开局之年,稳增长需要进一步提振消费。其二,2025年提振消费的有关政策发挥了较大的作用,但仍不及预期,需要从政策层面进一步发力。其三,在财政政策发力的基础上,需要深化财政金融协同促进消费的机制。

具体来看,中国人民大学重阳金融研究院副研究员李佳莹认为,2026年《政府工作报告》对金融促消费的部署更加明确具体,这体现出目前金融在促消费方面有四方面不足。一是消费品“以旧换新”政策前期存在资金流向分散、重复补贴、补贴套利、税收“马太效应”加剧、地区政策服务获得感不平衡等问题,且可能面临边际效应递减的问题,须进一步优化政策实施机制。二是财政与金融协同不足,风险补偿与担保机制缺位,居民消费与企业投资均存在不敢、不愿、不能的情况,新部署能够“降成本、增信用、分风险”,从供需两端促消费、扩投资。三是消费金融产品与服务场景适配性不足,难以覆盖居民大宗消费、服务业长期经营的资金需求。四是金融机构投放意愿与风控能力不匹配,供给端动力不足。

“总体来看,扩内需要从需求侧持续发力,协同推进供给侧体系完善、居民收入预期改善以及金融支持机制优化等多项工作,依靠多维度政策协同形成扩内需的强大合力。”高政扬说。

细路线图。

业内人士认为,尽管2025年消费市场稳步恢复,但仍面临居民消费意愿有待提振、新型消费

供给不足等挑战。金融机构的积极响应与创新实践,将成为推动消费扩容升级、建设强大国内市场的重要支撑。



### 从“单一放贷”到“生态共建”

金融机构要加强技术赋能,积极参与财政金融协同机制,优化定价策略,提升金融服务的可获得性和便利度。

面对2026年的政策导向与市场挑战,金融机构迅速调整战略,不再仅扮演资金提供者的角色,而是向场景的共建者、风险的共担者和财富的守护者转型。例如,中国银行(601988.SH)提到2026年计划投放超万亿元贷款支持重点消费领域。该行称,2026年将继续深入开展“万千百”惠民行动,全面升级打造“五心服务”,围绕商品消费、服务消费、跨境消费、民生保障、财富守护五大维度重点发力,全年计划投放超万亿元贷款支持重点消费领域,创造超两千亿元财产性收入,投入百亿消费补贴和减费让利,覆盖上亿消费者。

在高政扬看来,金融机构在扩大内需过程中可以发挥重要的资源配置与金融服务作用。首先,需加大居民消费信贷支持力度,结合消费贷款贴息、“以旧换新”等政策导向,在风险可控的前提下优化消费贷款产品结构,强化对新型消费、服务消费等重点领域的金融支持,同时降低居民融资成本,释放居民合理消费需求。其次,可围绕消费市场发展趋势,创新金融产品与支付服务场景,依托数字金融和场景金融模式,深度嵌入各类细分消费场景,持续提高金融服务的可获得性与便捷性。

邮储银行(601658.SH)研究员娄飞鹏指出,金融机构应加强产品创新,针对服务消费、新型消费、下沉市场等新增长点开发差异化金融产品,如文旅、康养、冰雪经济等场景化信贷。李佳莹举例道,针对国债支持的重点领域,金融机构可以开发“零首付”“低息分期”“领域类消费贷”“场景内嵌式信贷”等产品;针对文旅、宠物等“悦己”消费领域,可开发主题联名的分期产品;面向“AI+”消费、银发经

济等重点领域,可开发个性化、“即兴消费”的信贷工具等。杨海平补充道,金融机构可以从三方面发力,一是发展场景化消费金融,利用金融科技实现金融服务与消费场景的连接,迭代智能风控技术,充分对接政府提振消费的政策措施,特别是有计划地追踪消费热点和新型消费,大力提升客户体验。二是发展品牌化消费金融,与绿色消费相结合,推出针对绿色消费的金融产品,探索与各类促销活动相结合,加载特色化增值服务,提升品牌影响力。三是消费基础设施REITs等金融服务助力提振消费。

“在运营端进行系统性优化,金融机构可实现对符合条件的消费贷的利息与贴息实时处理和告知,提升政策体验感,加强资金结算的合规性管理。同时,金融机构可深度对接财政协同政策,包括建立专项资金的快速审批落地机制,与政府性担保机构合作降低风险权重和资本占用,利用人工智能和大数据技术实时监控贷款流向等。”李佳莹说。

在风险防控方面,娄飞鹏认为,金融机构要加强技术赋能,运用大数据风控提升服务效率,降低运营成本。同时,积极参与财政金融协同机制,通过融资担保、风险补偿等方式扩大信贷投放,优化定价策略,在政策贴息支持下进一步降低消费信贷成本,提升金融服务的可获得性和便利度。

高政扬提示称,金融机构还应强化对小微企业、服务业经营主体信贷支持,可依托数字化风控手段拓宽普惠金融覆盖面,切实降低市场主体融资门槛,助力市场端扩大优质商品与服务供给,夯实消费供给的产业基础。

## 破解中小微企业融资难点 AI技术开拓普惠金融新路径

中经记者 慈玉鹏 北京报道

近年来,支持中小微企业发展的内容被历次《政府工作报告》提及,是中央政策的重要落脚点之一。2026年《政府工作报告》再次强调:“引导金融机构加力支持扩大内需、科技创新、中小微企业等重点领域。”

《中国经营报》记者注意到,目前银行正通过加码AI技术应用,破解中小微企业金融支持的难点、堵点,开拓普惠金融新路径。

记者采访了解到,人工智能技术并非单一工具,而是一个能力集合。其在提升银行对中小微企业支持能力方面,主要体现在对传统服务模式的“增效、扩面、下沉”三重赋能,核心在于解决信息不对称与运营成本过高两大顽疾。

### AI技术提升风控识别能力

目前,AI技术成为银行破解中小微企业融资的利器。

3月,网商银行发起的“2026年新春助微行动”收官。数据显示,该行动自2月17日启动以来,网商银行已累计为超30万户小微经营者提供了免息额度支持。据了解,该行动的高效得益于AI技术的创新应用。网商银行依托AI技术智能识别小微经营者提交的开工场景视频,平均仅需55秒即可完成免息资金的审核。

长三角科技产业金融联盟秘书长陆岷峰告诉记者,对银行来说,AI的作用重点体现在风险识

### 应构建公共基础模型

记者采访了解到,尽管AI应用的前景广阔,但银行尤其是大量中小银行,在应用AI支持小微企业的道路上,正遭遇从技术、数据到商业模式的系统性挑战。

陆岷峰指出,模型有效性的“场景化鸿沟”是最大技术障碍。小微企业不是一个同质化群体,餐饮、零售、科创、制造等行业在经营模式、成本结构、现金流周期、风险来源上差异巨大。一套基于全行业数据训练的通用信贷模型,其预测精度在细分场景下往往会显著下降,导致“风控失效”。开发与维护成百上千个细分行业的高精度AI模型,其成本与复杂度远超多数银行的承受能力。这造成了“大银行有技术但模型不够准,小银行缺技术更做不了细分模型”的困境。

同时,数据生态的“碎片化与合规性”制约是基础瓶颈。陆岷峰表示,AI模型的“燃料”是数据。当

别与定价环节实现“增效”。这是目前应用最成熟、价值最直接的领域。传统信贷过度依赖抵押物和经审计的财务报表,而这恰恰是小微企业的短板。人工智能通过多源数据融合与机器学习模型,构建了全新的信用评估范式。

就具体应用而言,陆岷峰举例说,一是非结构化数据价值挖掘,如“智能识别真实经营场景视频”,这属于计算机视觉技术的应用。它会将门店客流量、生产线活跃度、货品周转情况等难以量化的“软信息”,转化为可分析的风险评估变量,是

对传统审核方法的数字化升级。二是动态流水与行为模式分析,通过分析企业及其经营主体的支付结算、税务、社保缴纳、供应链上下游交易等高频数据流,AI模型能够刻画企业的真实经营状况、现金流健康度与业主信用行为,实现从静态的“主体信用”评估转向动态的“交易信用”与“行为信用”评估。

陆岷峰表示,AI能够提升风险定价的精细化水平,基于更丰富的画像,银行可以跳出“敢贷”或“不敢贷”的二元决策,实现对不同风险水平客户的差异化、精细化定价,使金融

服务能够覆盖更广泛的客群,包括部分传统模式下被排除在外的“灰度客户”。

一位地方银行人士表示,AI在业务流程与服务体验上能够实现“降本”与“提速”。人工智能驱动的自动化流程与智能决策系统,能够将贷前调查、审批和贷后监控中大量重复、规则的环节自动化。例如,自动抓取公开信息完成尽调报告初稿,智能审阅基础合同单据,基于预设规则进行预警初判等。这大幅降低了单笔小微贷款的操作成本,使银行有能力处理海量、小额的信

需求,实现服务的“扩面”。

上述银行人士同时表示,AI在场景融合与产品创新上也推动服务“下沉”。人工智能使得商业银行能够将金融服务无缝嵌入企业真实的经营场景。如基于企业在特定电商平台的销售数据与趋势预测,提供“随借随还”的供应链贷款;或根据餐饮企业的POS流水,动态调整其收款二维码的收款费率与信贷额度。这种“场景金融”模式,使金融服务从“企业来找银行”变为“银行服务就在企业经营现场”,极大拓展了服务的深度与可得性。

前数据方面存在的问题包括:一是数据可得性差。大量反映小微企业真实经营状况的关键数据(如详细的交易流水、仓储物流信息、特定平台经营数据)散落在不同机构与平台,形成“数据孤岛”,银行难以合法合规地全面获取。二是数据标准化低。不同来源的数据格式、口径不一,清洗、对齐成本高昂。三是合规风险高。在数据采集、使用、共享过程中,如何严格遵循《中华人民共和国个人信息保护法》《中华人民共和国数据安全法》等法律法规,平衡数据价值挖掘与个人隐私、商业秘密保护,是银行面临的持续挑战。如果没有高质量、合法合规的数据供给,再先进的算法也是无本之木。

上述地方银行人士表示,目前,部分银行自身“技术、业务、机制”的协同脱节是内在瓶颈。许多银行的AI应用由科技部门主导,与

一线信贷业务、风险管理部融合不足,导致开发的模型与业务实际需求脱节。同时,传统的银行组织架构、考核机制与AI驱动的、基于数据信用和概率风险的业务模式存在内在冲突。缺乏既懂金融业务又懂数据科学的复合型人才队伍,严重拖慢了AI应用的落地成效。

另一位华北地区股份制银行人士表示,目前银行运用AI破解中小微企业融资难题存在一定困境。一方面,小微企业普遍存在征信空白、财务不规范问题,且税务、电力等外部权威数据共享壁垒高,非结构化数据解析难度大,导致AI风控缺乏高质量数据。另一方面,行业差异大造成泛化能力弱。而从成本层面看,AI技术研发、数据采购、算力投入并不低,而小微贷款单笔金额小、收益有限,叠加人工复核、贷后管理等隐性成本,收益覆盖投入有一定难度。

从破题思路上看,陆岷峰指出,重点是构建“公共基础设施+行业细分模型”的协同研发新模式。银行特别是中小银行,应放弃“各自为战、重复造轮子”的思路。建议由金融监管部门、行业协会或牵头金融机构,联合权威科技公司,共同打造面向小微金融的国家级或行业级AI公共基础服务平台。

在陆岷峰看来,该平台可提供公共基础模型,一是提供经过海量合规数据预训练、具有强大泛化能力的金融语义理解、风险预测基础大模型;二是提供低代码的模型微调工具、特征工程平台和合规数据对接接口;三是提供基于联邦学习、多方安全计算等隐私计算技术的联合建模环境,实现“数据可用不可见”,促进数据要素在合规前提下流动。

从目标看,上述地方银行人士表示,各银行可以基于公共基础模

型,利用自身积累的细分行业信贷数据与业务知识,专注于对基础模型进行轻量化的“场景化微调”,快速开发出适用于本地、本行重点客群的精准风控模型。这既能解决中小银行能力不足的问题,又能通过“基础共性平台+场景个性微调”的模式,跨越“场景化鸿沟”。

此外,深化“政、银、企、数”多方数据生态合作至关重要。陆岷峰表示,银行应主动与政府部门(税务、市场监管、社保、海关)、核心企业、大型互联网平台、产业园区等开展合作,在合法合规框架下,通过政务数据共享、供应链数据直连、产业平台授权等方式,拓宽高质量数据来源。同时,积极参与由央行和地方推动的征信平台、数据交易所建设,探索基于数据“可用不可见”技术的新型数据要素市场化配置机制,从根本上改善AI模型的数据供给质量。