

支持特色、升级类商品消费 银行押注新赛道

中经记者 杨井鑫 北京报道

扩大内需，提振消费是拉动经济增长的主要动力，也是实现国民经济良性循环的关键环节。

近期，商务部、国家发展改革委等7部门出台了《关于推动商品消费扩容升级的实施意见》(以下简称《意见》)，明确要求促进大宗耐用商品消费，稳步提升生活日用商品消

费，支持特色商品消费，培育壮大升级类商品消费，推动商品消费扩容升级，为提振消费、扩大内需、建设强大国内市场提供有力支撑。

在强化财政金融支持方面，《意见》强调要用好个人消费贷款贴息、服务业经营主体贷款贴息、消费新业态新模式新场景试点等政策，充分发挥财政资金撬动作用。鼓励金融机构在依法合规、风险可控前

提下加大对汽车、家电及数码产品、智能家居等消费的金融支持，开发多样化金融产品。支持金融机构与商家、平台深化合作，共同开发适应消费行业特点的金融产品和服务。

对于当前消费市场，新增长点在哪儿？消费增长存在哪些障碍？银行在金融促消费中又有哪些举措？《中国经营报》记者近期对部分领域的消费市场进行了调查。

挖掘消费潜力

随着消费观念的转变、产业技术的进步，智能绿色商品消费日益成为消费市场的新亮点。

孙鹏(化名)刚刚在北京与妻子过完结婚纪念日。与往年不同的是，除了鲜花和蛋糕之外，孙鹏还将一枚智能戒指套在了他妻子的手指上。一枚小小戒指，直接将所谓的仪式感拉满。

“结婚纪念日是一个重要日子，总想着送一些特别的礼物。戒指本来意义就不一般，智能戒指又带着一些新奇。”孙鹏表示，智能戒指的功能很多，包括基础健康指标监测、睡眠状态监测、运动数据等，更像是一个健康管家。

“这枚智能戒指原本市场售价2000多元，在扣减部分补贴之后不到1500元。”孙鹏认为，目前政策对于电子产品消费的补贴不小，这让他感觉买得很划算。

记者在采访中了解到，智能戒指、AI眼镜等智能穿戴设备在当前市场很受欢迎，成为消费的一个新增长点。

9月15日，国家统计局新闻发言人、总经济师、国民经济综合统计司司长付凌晖在国务院新闻办公室举行的新闻发布会上表示，随着消费观念的转变、产业技术的进步，智能绿色商品消费日益成为消费市场的新亮点。1—8月份，限额以上单位可穿戴智能设备零售额保持高速增长。

毕马威近日发布的《2026中国智能穿戴市场洞察报告》显示，中国智能穿戴市场正保持高速增长，由2021年的695亿元增长至2025年的1053亿元，期内年均复合增长率达到11%。

实际上，在此次出台的《意见》中，智能戒指作为智能穿戴设备也被放入了培育壮大升级类商品消费中。《意见》明确提出：“加快人工智能手机和电脑、智能穿戴设备、智能机器人、智能家居等产品推广应用。”

除了升级类商品消费之外，部分外贸优品的消费也在持续释放消费潜力。上海一家国企相关负责人在接受记者采访时表示，当前进口商品在国内的消费持续增长，尤其是咖啡、红酒等品类中的高端产品。“进口高端产品与国产商品存在较大差异，一些品牌在消费者中的认知度也很高。”

对于生活日用商品消费，这部分消费内需有待进一步挖掘。上述负责人认为，国内生活日用商品消费的总量没有明显下滑，但是商品价格是回落的，导致了消费总规模下降。“不少高端消费商品在消费者中的信任度不高，定价上很难提升，形成了不卷品质卷价格的怪圈。”

“提升消费者信任，通过品质提升促进高端消费，才是摆脱目前市场上生活日用商品消费降级的方式。”该负责人认为。

细分市场中的增长点

宠物消费市场、体育消费市场和情绪消费市场是消费细分领域中需求增长较快的领域。

在促消费过程中，金融支持是其中关键一环。尤其是在一些新型消费领域，各家银行通过对消费供给端和需求端提供资金保障，金融信贷产品创新，大型优惠活动等方式，让市场消费潜力持续释放。

“金融促消费，前提是有消费需求。换句话说，银行需要寻找细分市场中消费增长的领域。”一家国有大行人士向记者表示。

他认为，宠物消费市场、体育消费市场和情绪消费市场是消费细分领域中需求增长较快的领域。“不少银行都在这些领域加大了布局。”

《2026年中国宠物行业白皮书》数据显示，2025年国内城镇犬猫消费市场规模达到3126亿元，养宠人群接近7900万，庞大的群体成为银行深耕零售金融的新赛道。

记者了解到，自今年6月份起，农业银行(601288.SH)、交通银行(601328.SH)、中信银行(601998.SH)、平安银行(000001.SZ)、华夏银行(600015.SH)、北京银行(601169.SH)等多家银行均针对宠物消费推出了专属信用卡产品。

平安银行方面表示，该行于6月份推出了平安爱宠信用卡，该卡是平安银行依托综合金融优势，整合银行、保险、健康、出行等多场景能力后推出的“尖刀产品”，为客户在宠物健康、日常养护、携宠出行等宠物消费高频场景中提供一站式、有温度的专属金融服务。

除了专属信用卡产品之外，华夏银行针对宠物消费还专门打造了产品矩阵。该行济南分行于今年推出萌宠定制版借记卡，同步布局萌宠主题信用卡，形成“双卡联动”产品矩阵，并配套上线



第28届亚洲宠物展上，车企展台将SUV后备厢布置成宠物专属空间，模拟宠物自驾出行场景。视觉中国/图

“萌宠贷”专项信贷服务，整合支付结算、资产增值、信贷融资等多元功能，满足不同层级养宠客群的差异化金融需求。

在体育消费市场，以“村超”为代表的赛事成为不少中小银行切入市场的一个方式。江苏银行(600919.SH)、宁波银行(002142.SZ)等众多中小银行都参与到了地方体育赛事中，希望通过以赛促消的模式带动消费。

上述国有银行人士认为，赛事带来的人流聚集，是通过流量拉动消费的基础。“银行能够通过赛事场景获客，再匹配体育相关的金融产品。”

事实上，除了体育赛事之外，露营、飞盘、冰雪运动等体育运动近年来不断升温，慢慢沉淀出更成熟的装备和服务市场，金融需求也随之产生。2025年12月，光大银行(601818.SH)联动7家分行专门启动了“冰雪去晦节”，其目的也是通过冰雪场景拓展新型消费。

在情绪消费市场方面，演唱会、盲盒等消费增长也非常明显。“部分银行针对演唱会开通了购票通道，或者是给演唱会助阵，这也是看中了消费市场的潜力和

其中的金融需求。”上述国有银行人士称。

此外，记者注意到，在一些特定新型消费赛道，银行也加大了业务拓展。交通银行方面表示，该行聚焦居民消费和新型消费领域，加大消费金融产品创新、场景拓展和服务优化力度。其中，积极对接服务电池租赁新型消费场景，已与27家主流车企品牌建立总对总合作。信用卡业务则重点布局文旅、康养、赛事、悦己等潜力消费场景，丰富信用卡产品体系，更好满足客户金融需求。

9月10日，国家金融监督管理总局副局长丛林在新闻发布会上表示，金融监管将会同有关部门优化财政金融协同促内需有关政策，从供需两端加大促消费、扩投资金融支持。引导金融机构顺应消费提质升级需要，支持扩大商品消费，持续释放服务消费和新型消费潜力。

“消费是需要收入支持的。虽然金融也能够对消费提供资金，但是借的钱也是要还的，还要避免过度消费和过度负债的问题。”孙鹏认为，对于普通老百姓来说，一些消费也需要量力而行。

数字乡村五年行动计划出台 力推数字普惠金融服务优化

乡村数字金融仍存堵点

中国人民银行发布的《2026年二季度金融机构贷款投向统计报告》显示，截至6月末，本外币涉农贷款余额54.16万亿元，同比增长5.8%，增速比各项贷款高0.7个百分点，上半年增加2.65万亿元。其中，单户授信小于500万元的农户经营性贷款余额10.21万亿元，上半年增加3998亿元。

从结构看，农户贷款增速相对缓慢。截至2026年二季度末，农村贷款余额40.84万亿元，同比增长5.4%，上半年增加1.92万亿元；农户贷款余额18.73万亿元，同比增长0.8%，上半年增加3361亿元；农业贷款余额7.51万亿元，同比增长8.9%，上半年增加6285亿元。

目前，银行机构均在发展乡村数字普惠金融，且发展模式分化。

推广“数字+信贷+担保”模式

值得注意的是，《行动计划》指出，要推广“数字+信贷+担保”模式。

一位地方银行人士指出，推广“数字+信贷+担保”模式，前提是要做好信用评价。比较稳妥的做法是由政府牵头搭建涉农公用信息数据平台，以便将农户基本信息、承包地、农机、补贴、合作社订单、电商流水、税收、社保、司法和保险数据等，按一定的分类、分级保护机制进行接入，通过利用隐私计算、区块链存证和多方安全计算解决“可看不可用、可验不可泄”的问题。信用模型不能仅靠历史的还款记录，还要将种植养殖规模、地块遥感长势、气象灾害频率、供应链回款周期、村规积分和担保记录等全部纳入评估体系当中，从而形成一种动态评分。

在担保方面，陆岷峰指出，政府性融资担保要按评分分层进行

国有大行方面，农业银行(601288.SH)2026年半年报显示，该行县域手机银行月活客户超1.32亿户，增速2.6%，乡村线上服务触达能力进一步增强。依托“农银惠农云”平台完善涉农智慧场景体系，平台入驻机构44.5万个，覆盖2703个县(区)，服务客户超700万户。“农银e贷”贷款余额7.27万亿元，较上年年末增长6.9%；手机银行月活客户数超2.82亿户。

邮储银行(601658.SH)2026年半年报显示，该行搭建“三农”客户集中运营体系，围绕客户授信、支用、续贷等各个环节，开展客户全生命周期线上运营。加快农村金融服务数字化转型，创新推出“邮棉快贷”等产品，优化乡村振兴专项票据贴现产品“乡农e贴”，实现

贴现业务在线审批，大幅缩短基层票据贴现办理时间。

中小银行乡村金融数字化主要依托搭建共享平台模式。例如，江西省农商银行搭建“e百福”互联网金融平台通过采取“线上线下相融合”的服务模式，扩大信贷业务服务覆盖面，有效缓解“三农”、小微企业等基层经济主体的融资难题。全省86家农商银行、2400多个网点、8000多名客户经理将合力为线上客户开展全面金融服务对接。

不过，目前乡村数字金融仍存在部分堵点。长三角科技产业金融研究联盟秘书长陆岷峰告诉记者，目前我国的农户与新型经营主体均缺乏完整的传统征信记录，而对于诸如土地确权、农机补贴、经

营流水、纳税、保险理赔等信息，又大部分散在农业、财政、自然资源、税务、市场监管等多个部门，未能形成一个可调用、可核验的统一接口。金融机构由于拿不到完整画像，往往只能通过人工来做尽调，这样的背景下，单笔贷款成本往往较高。而且，部分农村地区5G、千兆光网、北斗终端、卫星遥感和冷链物流数字化还处于补基础阶段，基层网点又面临“小额度、高频次、季节性强”的服务压力，银行的成本与风险问题得不到根本解决，不敢放大业务量。因此，涉农数据由于开放规范不统一、部分农村保险适配性不足、基础数据真实性存疑，从而使金融机构对个人经营不确定性和灾损风险持更加谨慎的态度，这是当前“不敢贷、不愿

贷”的直接成因之一。

苏商银行特约研究员武泽伟表示，当前依托金融科技赋能乡村振兴示范工程推进农村数字信贷，最突出的堵点集中在涉农信息不对称与产业风险的特殊性。涉农主体缺乏完整规范的财务记录，各类经营数据分散在不同主管部门，数据共享存在壁垒，金融机构难以低成本获取可信的经营信息。农业生产受自然气候与市场价格波动影响较大，风险具有明显的周期性，单纯依靠传统数据模型很难精准预判风险。部分农村地区数字基础设施仍有短板，农户对线上金融产品接受程度不一。同时金融机构涉农业务的运营成本偏高，风险收益匹配度不足，一定程度上制约机构持续下沉业务的动力。

中央网信办、农业农村部、工业和信息化部近日联合印发《数字乡村高质量发展行动计划(2026—2030年)》(以下简称《行动计划》)，提出优化乡村数字普惠金融服务。

《行动计划》指出，引导金融机构推出与农村经济活动特征和农村居民需求相适配的数字信贷、保险等产品，推广“数字+信贷+担保”等模式，推动数字技术在承保验标、灾损查勘、定损理赔全流程应用，实现精准承保、高效定损、快速理赔，提升农村普惠金融服务可得性、覆盖面与满意度。

《中国经营报》记者采访了解到，优化乡村数字普惠金融服务须补齐涉农数据共享与基础设施配套短板，搭建可持续的乡村数字信贷生态。在数据层面须统一涉农数据标准，打通各部门之间的数据孤岛；在基础设施层面须提升农村地区数字化设备普及水平，降低数据采集难度，从而推动乡村数字普惠金融服务发展。

加快北斗用于精准作业和灾损预警，通过利用遥感估产来替代部分现场查勘，用村级寄递、电商、医保、政务点进一步提升金融触达能力，有效地降低金融机构的物理网点成本。为了实现风险闭环，建议由政策性担保和再担保来分担系统性的灾损，农业保险要把承保验标、查勘定损实现线上化操作，信用环境建设要依靠信用用户、信用村、逃废债黑名单来进行优化。只有做到数据真、模型准、担保肯分险、保险能托底的基本要求，数字信贷也才会从示范工程变成县域日常的常规业务，其可得性、覆盖面和满意度才能实现同步提升。

武泽伟表示，推广“数字+信贷+担保”模式，可以依托数字技术完善涉农信用评价体系，平衡授信扩面与风险防控。机构可以整合多维度涉农数据搭建动态信用模

型，替代传统依赖抵押物的评估方式，形成对农户和经营主体的立体信用画像。担保主体依托数字化工具参与风险分担，分担金融机构的尾部风险，降低机构的风险顾虑。系统可以持续采集生产经营状态数据，实现贷后风险实时预警，减少信息滞后带来的损失。多方协同分担风险，能够缓解金融机构的风险压力，提振放贷意愿，逐步化解不敢贷不愿贷的行业难题。

从长远发展来看，要持续优化乡村数字普惠信贷，还需补齐哪些短板？上述地方银行人士指出，在数据制度方面，可以参照《行动计划》建设涉农数据资源体系和可信数据空间有关内容，建立农村耕地数字档案，并且宜统一部门数据格式、接口、更新周期和权责清单，从而避免县县各建一套的局面。同时，可以将全国中小微企业资金流

平台、信贷市场服务平台(“央行信贷通”)、农业信贷直通车等进行打通，从而让新型主体和普通农户都能够形成可以迁移的信用资产。

武泽伟指出，想要持续优化乡村数字普惠信贷，需要补齐涉农数据共享与基础设施配套短板，搭建可持续的乡村数字信贷生态。在数据层面，需要建立安全可控的涉农数据共享机制，明确数据授权使用规则，打通各部门之间的数据孤岛，统一涉农数据标准。在基础设施层面，持续完善乡村网络覆盖，提升农村地区数字化设备普及水平，降低数据采集难度。此外，需要培育兼具农业知识与数字化能力的人才队伍，完善农业风险分担配套机制。多方主体协同参与，形成数据供给风险分担产品创新的完整闭环，推动乡村数字普惠金融长期稳定运行。