

春节临近，城市的“烟火气”正渐渐回归。多个地区恢复了往日的熙熙攘攘，景区、商城、影院等一个个曾经熟悉的消费场景正逐渐被激活。《中国银行保险报》发现，在重启的“热闹”背后，浮现出银行机构积极布局、多点发力以提振消费的忙碌身影。

多点发力促消费

春节是传统消费旺季，在“扩大内需促消费”要求下，各类金融机构更铆足力气提振消费市场。

信用卡作为鼓励消费、促进消费市场活跃的工具之一，在“春节档”展现出强劲的风采。如中信银行信用卡推出“兔年开门红”活动，面向所有持卡用户，每天发放40万份红包，在餐饮、娱乐方面，持卡用户进行消费时可享受“满300减50元”“满100减20元”“满20减10元”等不同档位的支付立减活动；广发银行针对95后年轻客群，上线“广发有鱼潮系列”信用卡，在潮流消费场景返现权益基础上新增音乐、阅读、健身、游戏四大兴趣权益包，持卡人只需每月消费达标，即可选择网易云音乐APP月度会员、知乎盐选会员、游戏键盘折扣券、健身应用Keep月度会员等优惠服务。

“商业银行可从供给端和需求端同时发力，助推消费回暖。”中国民生银行首席经济学家温彬表示，商业银行面向供给端，应主动对接商业企业、新型消费行业和业态，满足商贸、零售、住宿、餐饮、旅游、文娱等服务行业企业的金融服务需求；面向需求端，应积极支持消费新模式、新业态，丰富零售产品体系；加大与互联网平台合作，为消费者提供覆盖多场景的消费优惠活动。

值得注意的是，随着数字人民币的深入发展，数字人民币已成为链接线上线下、拓展新消费空间的新型“武器”。商业银行亦联手互联网消费平台，拓宽数字人民币应用场景。

如在互联网零售平台美团上，自2023年1月4日起，全国试点地区的消费者均可上美团搜索“数字人民币”，领取“团圆好彩头”兔年新春礼包，礼包涵盖消费红包、1元购年货、数字人民币硬件钱包礼盒、支付立减券包等多重好礼。此外，京东科技联合中国银行、建设银行开展数字人民币体验活动，为试点地区用户提供最高333元数字人民币礼包。

《中国银行保险报》注意到，多家消费金融公司发挥所长，拓展购物场景。如马上消费旗下的“安逸花”商城APP联合“马上小镇”栏目开展年货节活动，商品涵盖家电家居、手机数码、服装配饰、食品、酒水等多品类。并且特别打造“乡村振兴购物节”，采取线上直播、节日促销、福利激励等方式，为供给端农户提供导流、

撮合服务平台，为消费端用户提供免息券或优惠券等福利，优惠兑换农产品。

马上消费研究院表示，消费对经济增长的贡献持续提升，离不开消费金融的支持。通过消费分期、取现消费等方式提供促销活动，可缓解消费者资金困难，激发消费者的消费潜力，提供良好的消费体验。

存贷两端发力激发意愿

日前，银保监会提出，将督促银行机构合理增加消费信贷；人民银行货币政策委员会2022年第四季度例会要求，推动降低企业综合融资成本和个人消费信贷成本、优化大宗消费品和社会服务领域消费金融服务。

《中国银行保险报》梳理发现，多家银行已下调消费贷利率，如招商银行推出闪电贷利率优惠券活动，符合活动条件的闪电贷客户，可获得6.6折、8.5折、9.5折不等的利率折扣券。

在个人存款方面，银行定期存款利率呈现出走低趋势，而存款利率的持续走低将促使资金流向消费和其他投资渠道。自2022年9月中旬国有大行带头下调存款利率后，目前大中型银行的存款利率仍未出现明显变化，中小银行则跟随大行脚步接续下调利率，如乌鲁木齐银行日前调整个人存款利率，活期存款利率由0.3%调整为0.25%；一天、七天通知存款利率由1.04%、1.755%调整为1%、1.65%；定期整存整取二年、三年、五年利率由2.73%、3.5%、3.85%调整为2.7%、3.35%、3.7%。

上海金融与发展实验室主任曾刚表示：“存款利率下调会降低银行的资金成本，为进一步下调贷款利率、降低实体经济综合融资成本、更好地服务稳增长大局提供更大的空间。”

华福证券研报也认为，2022年至今的存款利率多次调整整体符合市场预期，亦是存款利率市场化传导的表现，有利于银行负债端成本降低，同时，利率水平比较贴近利率市场的资金宽松程度，对于居民端消费亦有一定刺激作用。

（记者于晗、樊融杰对本文亦有贡献）

本文源自中国银行保险报