

# 财政金融协同发力 更好激发消费潜力

## ——四部门详解两项贴息政策

日前,财政部等部门对外发布了《个人消费贷款财政贴息政策实施方案》和《服务业经营主体贷款贴息政策实施方案》。

这两项贴息政策有何特点?将发挥何种效用?在13日举行的国新办新闻发布会上,财政部、商务部、中国人民银行、金融监管总局有关负责人进行了介绍。

### 消费贷款领域的“国补”来了

财政部副部长廖岷表示,这两项贴息政策,有人称之为消费贷款领域的“国补”,是非常形象的。

廖岷称,个人消费贷款贴息政策直接惠及广大人民群众。贴息对象为,居民使用的相关贷款经办机构个人消费贷款中实际用于消费的部分,包括单笔5万元以下日常消费,以及单笔5万元及以上的重点领域消费。贴息比例为1个百分点,大体为当前商业银行个人消费贷款利率水平的1/3,政策实施期为1年。

服务业经营主体贷款贴息政策方面,廖岷称,政策聚焦餐饮住宿、健康、养老、托育、家政、文化娱乐、旅游、体育等8类主要领域。贴息比例为1个百分点,可以贴息1年。“上述领域的服务业经营主体单户享受

贴息的贷款规模最高是100万元,单户享受贴息最高1万元。”

“为扩大政策覆盖面,两项贴息政策设计上充分体现了普惠性,全面覆盖居民日常生活和各类群体,满足人民群众多元化、多层次的消费需求。”廖岷说。

财政部金融司司长王红表示,这两项贴息政策没有设置复杂的申请程序,尽量让大家做到“省钱又省心”。只需要满足一些基本、必要的条件,就可享受政策支持。

### 财政金融政策协同发力

此次出台的两项贴息政策,从居民消费需求和企业服务供给两端发力,加大融资支持力度,进一步体现了财政与金融政策协同配合。

人民银行信贷市场司负责人车士义介绍,今年以来,中国人民银行牵头出台了《关于金融支持提振和扩大消费的指导意见》,设立5000亿元服务消费与养老再贷款,激励金融机构加大消费领域信贷供给。

记者从发布会上了解到,截至6月末,不含个人住房贷款的全国住户消费贷款余额21.2万亿元,全国住宿餐饮、文体娱乐、教育、居民服务等服务消费重点领域经营主体的

贷款余额2.8万亿元。

廖岷表示,此次出台的两项贴息政策是财政金融协同支持提振消费的一次创新探索。

“做个简单的测算,如果按照1%的贴息比例,意味着1块钱的贴息资金,有可能带动100块钱的贷款资金用于居民消费或消费领域服务业的供给。”他表示,通过财政金融政策协同发力,发挥公共资金的引导作用,将撬动更多金融“活水”流向真正的消费领域。

廖岷称,这两项政策到期后,还会开展效果评估,研究视情延长政策期限或扩大支撑范围,以及调整贷款经办机构范围。

### 形成合力抓好政策落实

政策出台后,相关消费群体和经营主体能否真正得到实惠,尤为关键。

“为了让有限的财政资金能够真正惠及人民群众,防止贴息资金被套取挪用,政策实施的流程涉及经办机构操作、金融监管、财政资金管理等多个环节,服务业经营主体贷款贴息政策还涉及相关行业主管部门。各个方面将密切配合,形成合力,共同把好事办好。”廖岷说。

商务部既是服务消费工作的牵头部门,

也直接负责实施方案中涵盖的餐饮住宿、家政等行业的管理工作。商务部服务贸易和商贸服务业司负责人王波表示,下一步,将积极开展政策宣传与解读,强化贷款贴息政策审核把关,做好政策实施效果跟踪问效。

车士义表示,下一阶段,中国人民银行将配合财政等部门抓好政策落实,强化政策合力,全力做好金融支持消费工作。加强与财政等部门的信息共享,促进政银企融资对接,让政策红利惠及更多服务业中小经营主体。

“个人消费贷款贴息政策涉及千家万户,关系到广大金融消费者的切身利益。”金融监管总局政策研究司司长郭武平介绍,金融监管总局将指导贷款经办机构合理设置消费贷款的额度、期限、利率,做好贷款贴息资金的测算、审核、申请工作。

就服务业经营主体贷款贴息而言,金融监管总局对经办银行提出了加大信贷投放力度、优化操作流程等方面要求。

“我们将引导经办银行严格按照行业管理部门审核检查结果申领贴息资金,并动态跟踪贷款流向,加强资金用途管控,确保资金合规和有效使用。”郭武平说。

(新华社北京8月13日电)

## 我国成功发射卫星互联网低轨08组卫星

8月13日14时43分,我国在文昌航天发射场使用长征五号乙运载火箭/远征二号上面级,成功将卫星互联网低轨08组卫星发射升空,卫星顺利进入预定轨道,发射任务获得圆满成功。

新华社发



“Z世代”,从1995年到2009年出生的一代人。这群成长于互联网、智能手机和社交媒体普及时代的年轻人,还看书吗?他们偏好读什么书,又如何阅读?

阅读,正如何影响“Z世代”的精神世界?他们又在如何改变传统出版业?

### Z世代的书单

“Z世代”被称为“网络原住民”。在中国,“Z世代”约有2.6亿人,占全国总人口的近五分之一。

作为“土生土长”的“网生代”,“Z世代”的阅读呈现鲜明的数字化特点。今年世界读书日发布的《2024年度中国数字阅读报告》显示,2024年全国数字阅读用户规模6.7亿人,其中26岁至35岁的用户是主力。

多个数字阅读平台的热门书单反映出,“Z世代”的阅读呈现鲜明的多元特征和时代印记。

特征一:传统经典读物和文学名著长盛不衰。

由阅文集团联合上海图书馆等发布的《Z世代数字阅读报告》显示,单年讨论度最高纪录由《资治通鉴》创造,全年留下近1.5万条评论。《论语》《道德经》等传统经典在“Z世代”电子书单上持续“霸榜”。《西游记》《我与地坛》《百年孤独》《追风筝的人》等古今中外经典文学读物也是榜单常客。

热播影视剧是经典作品重要的“引流器”。“狂飙”播出时带动了《孙子兵法》,《人民的名义》播出时带动了《万里十五年》,这种书影的联动对年轻人来说很有吸引力。”掌阅科技总编辑马艳霞说。

《我的阿勒泰》《人世间》《繁花》等图书也随着影视剧的播出受到年轻人关注,位于多个数字阅读平台榜单前列。

特征二:政治、经济、社会类书籍不断升温。

各大书展上,占据“C位”的精品主题出版物吸引了众多目光。《之江新语》《习近平与大学生朋友们》等图书广受年轻读者欢迎。大学生郭馨语认为,

通过阅读这类书籍,对了解当今中国快速发展的深层逻辑和个人成长都有重要启示。

今年恰逢中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年,相关书籍热度上升。微信读书平台上,《红星照耀中国》登上热搜榜,近期被平台收录的《苦难辉煌》也广受年轻读者欢迎。

此外,最新畅销书如《置身事内:中国政府与经济发展》等深入剖析中国经济与政治发展内在成因的图书,受到年轻读者欢迎。《乡土中国》等传统社科类书籍则多年热度不减。

“当前一些政治、经济类图书,以讲故事、举例子的方式聚焦经济社会发展热点,满足年轻读者了解国内外政经大事的需求。”清华大学文化创意发展研究院副秘书长李锐说。

特征三:心理学和个人成长类书籍受青睐。

《终身成长》《认知觉醒》等心理学和个人成长类书籍持续占据畅销榜,在“Z世代”和年轻职场人群中热度极高。

当下,不少年轻人喜欢用“原生家庭”“情绪价值”等心理学概念深层解读生命成长的内在逻辑。

“这反映了‘Z世代’更关注自我感受和精神健康,同时也折射出这一代人在社会和技术变革中面临巨大的压力与挑战。”复旦大学发展研究院研究员王帆说。

特征四:历史类书籍流行。

通过《大明王朝1566》的生动故事触摸历史风云,在《满世界寻找敦煌》记录的人为知的故事中寻找吉光片羽,跟随《翦商:殷周之变与华夏新生》的考古实证探索文明起源……故事性强、叙事轻松的历史科普读物持续受到年轻人欢迎。

《半小时漫画中国史》等图书更以

## “Z世代”在读什么

新颖的表达方式吸引年轻人。“这类图书解读迎合了大众的通俗阅读需求。”广州图书馆文献流通部副主任黄新慧说。

特征五:网络文学“吸睛”又“吸金”。

多份研究报告显示,“Z世代”是网络文学的消费主体,他们乐于付费订阅网络文学作品,打赏喜爱的网文作家。

以阅文平台为例,“Z世代”去年在阅文新增用户中占比近四成,人均在读作品数从2023年的28部提升至31部。奇幻、现实生活、轻小说、科幻、历史是增速最快的前5大网络文学题材。

据青年文学评论家孙涛观察,“Z世代”愿意为喜爱的作品“买单”。一旦某个作家或作品(角色)成为个人“偶像”,便会激发强烈的持续消费欲望。

### 读书成了全感官体验

手捧书本静静阅读的场景,越来越多地被数字阅读替代。无论上班路上还是出差旅程,打开手机、电脑或是手持电子书阅读器享受海量书籍内容,是“Z世代”的阅读新常态。

书不仅可以自己“看”,也可以听别人“讲”。大学生程楠最近“沉迷”在B站上看《百年孤独》的解说视频。“面对这一大部头的世界经典,我翻开书好几次都没有勇气看下去,但B站‘up主’的解说视频看了好几个。”她说。

看视频讲书成为一种新的阅读潮流。去年,抖音平台上时长多于5分钟的读书类视频数量同比增长336%,播放量同比增长137%;同时,书评类视频和图文播放量增长135%,累计分享次数增长518%。

“讲书”视频走红的同时也引发了一定争议。一种观点认为,长期以这种“浅阅读”方式读书,会影响读者的理解力。

山东大学特聘教授赵德发认为,沉迷于短视频式的阅读,会加速审美体验的即时性与感官化转向,削弱主动思考与解读文本的能力。还有一些业内人士认为,“几分钟带你读一本书记文改视频”这类阅读模式,容易突破合理使用边界,侵害图书作者的知识产权等。

不过,并非所有人都对此持负面看

法。中国新闻出版研究院国民阅读研究与促进中心主任徐升国认为,图书讲解、图书导读的视频和直播,都是广义的阅读。浙江少儿出版社社长郑重也认为,新媒体没有削弱阅读效果,而是在推动全民阅读率提升。

“看”和“听”之外,书还可以“玩”。

当当网副总裁张玲发现,年轻人会关注图书链接跳转的同名短剧、漫画,推荐的文创周边、游戏等,纸质图书出现了与之匹配的周边“谷子”。

“谷子”,即英文“goods”(商品)的谐音,特指以动漫、游戏、偶像等流行文化元素为主题的周边商品。

此外,借助可穿戴设备进入小说场景与角色互动的“VR+小说”模式、扫描实体书触发剧情影像的AR模式等,以其游戏化、互动性的特点,备受年轻人喜爱。

读书,甚至成为一种新的社交行为。通过豆瓣、微信读书、小红书等平台分享批注、书评,阅读弹幕文化兴起;建立阅读群、寻求身份认同;和读书博主积极互动……阅读与社交靠网络“一线牵”。

“读书不再只是私人的事,‘Z世代’更乐于通过网络平台交流阅读心得。”帆书首席内容官樊登说,“他们在弹幕、评论区非常活跃,享受找到共鸣的兴奋。”

一些“Z世代”读者还喜欢寻找志同道合的“读书搭子”。在微信读书平台,用户可以进行“共情共景”的阅读。

值得关注的是,“Z世代”的阅读选择,容易受互联网榜单、主播“大V”等网络推荐的影响。网络主播直播带货,带火了《额尔古纳河右岸》等纯文学经典;余华、莫言等作家“接地气”的言论经社交媒体传播迅速走红,带动作品销量。

京东电子书业务相关负责人说,由平台助推书籍销售是新趋势,一些传统书籍通过具有话题性的推介或“大V”带货成了“爆款”。

### 倒逼传统出版业变革

抖音旗下的番茄小说,已与全国近400家出版机构达成深度合作。约38万

册出版物电子书在此上架,同比增长60%,其中不乏茅盾文学奖获奖作品。番茄平台上已有140余部原创作品实体出版,累计销售突破400万册。

“我们正处于一个重新定义产品形态和行业规则的关键期。”中国出版集团董事长黄志坚认为,出版业的核心是知识传播,不应局限于纸质图书。

面对年轻读者消费习惯的变化,一些出版界人士认为,出版需要“年轻态”融合发展。

跨年晚会的集体狂欢、“哪吒”系列点燃的民族情感、“谷子经济”的蓬勃发展、“拉布布”等潮玩引发的追捧……在上海理工大学出版学院教授丛挺看来,这些文化现象不仅是观察年轻人的窗口,更是出版业破局的契机。

数字技术不仅重塑了阅读行为,也在改变图书出版格局。出版机构利用大数据分析读者习惯,实现精准推荐;社交媒体、短视频平台成为重要营销阵地……

湖南出版投资控股集团董事长贺砾辉介绍了他们的经验:线上,直播、场景电商让好书“找”到读者;线下,“岳麓书会”等品牌活动与搭载AI智能检索的智慧书店,正重塑着阅读的物理空间与体验。

“出版行业正从‘线性生产’转向‘生态构建’。”贺砾辉说,未来,出版人需要将智能技术融入出版产业全流程,把出版从相对专业的领域推向“人人可参与”的广阔舞台。

### 读书仍是一件“深刻的事”

今年世界读书日前夕,浙江图书馆“文澜读书岛”向广大书友发出倡议——“每天读书半小时,每月阅读一本书”。

“文澜读书岛”是个读书组织,发起人岳耀勇直言,短视频等碎片化信息的盛行,侵蚀着人们的阅读能力。

杭州市余杭区瓶窑第一中学语文教师项丹利说,长期沉浸于碎片化信息的学生,面对需要综合理解与深度分析的题目,显得力不从心。

“爬山要爬泰山,读书也要读经典名

司部:  
行政检查应坚持“该严则严、当宽则宽”

新华社北京8月13日电 记者13日从司法部获悉,司法部认真贯彻落实党中央、国务院决策部署,积极开展规范涉企行政执法专项行动,坚持在法治轨道上推进行政检查工作,“该严则严、当宽则宽”。专项行动截至目前,乱检查得到有效遏制,今年上半年全国行政检查数量较去年同期下降30%以上,入企检查减少48.3万次,极大减轻企业迎检负担。

据介绍,国务院办公厅印发的《关于严格规范涉企行政检查的意见》,针对企业和群众反映强烈的检查频次过高、检查事项多等突出问题,作出系统全面规范。专项行动通过严格规范涉企行政检查,进一步优化营商环境,稳定市场预期,提振发展信心,形成让企业放心干事、安心发展的良好局面。

司法部有关负责人介绍,严格规范涉企行政检查,既要遏制乱无实效的乱检查,也要坚守法治底线,避免一刀切,防止该查不查、该严不严。事关人民群众生命健康安全的检查切实执行到位,决不能“走过场”。2025年上半年,市场监管部门共查办食品违法案件18.1万件,罚没7.4亿元,移送司法机关653件,实施从业限制1372人,高压震慑态势得到持续强化。

在强化智慧监管方面,各地大力推行“扫码入企”、开展非现场检查等方式,减少入企现场检查频次,提升检查质效。充分运用人工智能、大数据、远程智慧监管等技术手段,在不干扰企业正常生产经营的前提下保证必要的检查得到有效开展。同时,各地积极探索实行差异化监管,根据企业信用风险分类结果,合理确定、动态调整抽查比例和频次,提升检查精准度。对于经营比较规范、信用等级高的企业,不需频繁进行检查;对于管理不规范、风险等级高的企业注重加强管理。

“执法必严、违法必究是必须恪守的法治原则。”司法部有关负责人表示,各级行政执法机关必须依法认真履责,充分发挥行政检查对引导规范企业合法经营、预防纠正违法行为的重要作用。对关系到人民群众生命健康和公共安全等领域,做到应查必查、应查尽查,不能机械地受频次限制,不能走过场、搞形式主义,确保检查有效。

## 三部门联合发布《医疗广告认定指南》

新华社北京8月13日电 市场监管总局、国家卫生健康委、国家中医药局13日联合发布《医疗广告认定指南》,为有力打击违法医疗广告提供更为清晰、更具可操作性的指引。

市场监管总局广告监管司市场稽查专员谷保中介绍,由于医疗广告、医疗信息和医疗科普在表现形式上接近,广告监管实践中难以有效区分,对医疗机构开展正常医疗信息公开和面向公众的医疗科普造成困扰,给变相发布违法违规医疗广告提供了可乘之机。

聚焦社会反映集中的无资质“黑医院”“黑医生”发布广告误导群众就医选择的问题,此次发布的指南对“什么是医疗广告”进行了回答,对医疗广告发布主体作出了严格限定,明确规定除依法设立的医疗机构外,任何单位和个人不得自行或者委托他人发布医疗广告。

如何区分“医疗广告”与“健康科普”?指南提出了更具操作性的监管规则,在明确哪些形式的医疗信息公示和科普活动不构成广告的同时,列举了借医疗信息公示和医疗健康科普变相发布医疗广告的具体情形,并对市场监管部门与卫生健康等部门间的线索移送、情况通报等方面作出制度性安排。

据了解,今年5月市场监管总局发布了《医疗广告监管工作指南》。指南主要针对医疗广告监管执法的原则和具体监管规则作出细化规定,为市场监管部门提供更加明确的执法指引和实操指南,对查处医疗广告违法案件过程中规范行使裁量权进行细化,对互联网平台防范和制止违法医疗广告信息发布和传播的责任义务作出规定。

谷保中说,这两个指南都坚持规范与发展并重的原则,为医疗机构和互联网平台划定了更为清晰的红线。在压实平台主体责任、精准打击变相发布医疗广告行为的同时,有助于防范和制止医疗行业商业营销宣传领域的“内卷”竞争。

著,要去人类精神的‘顶峰’走一走。”文化学者曹文彪认为,经典作品有助于滋养年轻人的思想情感,提升表达能力。

“深阅读”习惯,可以让大脑“更聪明”。

</