

本报记者 张漫游 北京报道

近日中央经济工作会议中强调了要“着力扩大国内需求”“要把恢复和扩大消费摆在优先位置”，预计消费市场发展韧性将持续显现。

临近2022年末，银行业进入“开门红”阶段。基于对2023年消费市场的看好，各家银行颇为重视消费贷业务。消费优惠券、满减活动、数字人民币消费贷……多家银行在“开门红”期间给出酬宾优惠。

不过，《中国经营报》记者在采访中了解到，目前金融刺激消费的举措还没有明显起效。银行机构如今的布局也是基于在2023年经济回暖的预期。业内人士认为，金融机构推出的消费券、消费补贴等手段，可以增加目标客群消费机会，刺激民众主动消费，保障消费者的消费能力与意愿能够匹配。

促使消费者的消费能力与意愿相匹配

近日，招商银行推出了闪电贷的折扣活动，自2022年10月1日起，成功在闪电贷建立额度的借款人，系统将自动发放6.6折、8.5折、9.5折折扣券，折后年利率最低可达到3.7%，三款折扣券的使用期间分别在2023年的1月、2月和3月。

交通银行也推出了惠民贷的活动，截至2022年12月底，惠民贷的借款人可参与贴金券抽奖活动，其中额度最大的贴金券为5999元。

为刺激消费市场回暖，银行可谓煞费苦心。不过，众多银行人士坦言，从具体的实践看，客户对于消费的热情还没有明显回暖。

“刚进入12月的时候，利率低、期限灵活的消费贷还比较好推广。不过近期新冠肺炎疫情阳性病人增多，大家对于贷款消费的意愿降低，下一波消费贷的推广潮恐怕要再等两周。”某国有银行支行行长说。

“为刺激消费金融市场，金融机构陆续出台了优惠政策，但还是受制于消费市场缺乏驱动力，刺激效果还有限。”艾媒咨询首席分析师张毅告诉记者，“至少从现在的情况来看，消费市场回暖可能为时尚早。目前，从线下零售渠道看，还是缺乏足够的人流；从线上电商渠道看，受近期物流受阻、货源短缺影响，没能实现消费市场回暖的局面。”

业内人士认为，近期银行加大了消费贷的优惠力度，也是寄希望于2023年的消费复苏，提早布局。

“消费市场回暖最早可能发生在一季度结束之后。”张毅说，“尽管消费市场回暖的局面还没有形成，但跟过去几年相比，现在比较好的一点是，‘新十条’公布后，大家对于2023年的经济预期是比较乐观的。”

光大证券金融行业首席分析师王一峰展望道，2023年随着疫情防控政策的优化，人员流动增加，居民资产负债表将得到部分修复；且消费端或出台刺激性举措，着力点在于恢复线下消费活力，也不排除在产业链较长的汽车、家电耐用消费品领域继续出台或强化刺激举措，推动2023年社会消费品零售增速回升至5%以上。

融360数字科技研究院分析师李万赋告诉记者：“随着‘新十条’疫情防控政策的落地，消费市场回暖的预期增强。且之后感染者逐渐恢复健康，出门消费的人员预计将逐渐变多，且对病毒的恐慌性远比以前减少，因此感染高峰期过后，消费市场将快速回升。”

前海开源基金首席经济学家杨德龙也指出，近期像三亚等一些热门的旅游目的地都出现了酒店预订爆满、机票一票难求的情况，免税店也人头攒动。这说明在疫情管控优化之后，被压抑的消费需求已经开始出现释放。2023年大力发展各种形式的消费是提振经济增长的重要方式。

华鑫宏观策略团队撰文称，要促进消费复苏，需要恢复消费场景、提升消费意愿、提高消费能力三者形成合力。他们认为，可以用消费券、消费补贴等手段，增加消费机会，刺激民众主动消费，恢复消费信心，进一步支持住房改善、新能源汽车和养老服务，优化消费结构，保障消费者的消费能力与意愿能够匹配。

从各环节助力消费循环畅通

近日召开的中央经济工作会议指出，要“着力扩大国内需求”“要把恢复和扩大消费摆在优先位置”“增强消费能力，改善消费条件，创新消费场景”。

为此，多家银行也明确表态，要支持消费市场回暖。

例如，中国工商银行称要聚焦制约消费循环畅通、提质升级的痛点堵点问题，加快消费金融产品和服务创新，提高服务便利性和触达性，拓展大宗消费金融服务以及住房改善、新能源汽车、养老服务、教育医疗文化体育等领域消费服务，积极促进居民消费提升。

张毅认为，扩大内需首先要解决消费者的信心问题。“消费贷需要先消费后还钱，那么，能不能还得起决定了消费者敢不敢贷款、敢不敢消费，这就是信心问题。”

为解决消费者的信心问题，从银行端看，就需要降低消费贷给消费者带来的成本压力。

植信研究院首席经济学家连平建议，为着力扩大消费需求，推动降低个人消费信贷成本，监管层面可能会考虑创设消费专项再贷款，支持商业银行以较低的价格，发放消费贷支持装修、家具家电、旅游等的消费，利率有可能降至3%以下。

李万赋认为，各地政府都积极联合各大商圈进行复商复市，金融机构一是可以联合各大商圈或线上消费渠道推出电子消费券、支付刷卡享优惠满减活动，二也可以充分利用各大渠道，促销信用卡、信用贷等消费金融类产品，通过刷卡金返利、临时提升额度、延长免息贷款时限等方式，刺激消费。

另外，张毅指出，银行还需要对消费贷产品进行升级，使其与更多消费场景结合，让消费者感受到利益最大化。

王一峰补充道，除了降低价格外，从金融机构的角度看，要助力扩大内需，银行还应该优化服务渠道。

记者注意到，为了便利消费者，银行及其消费金融子公司也积极推出了数字人民币消费贷。如2022年12月12日，兴业消费金融股份公司上线数字人民币发放消费贷业务并成功落地首笔贷款。利用数字人民币的法偿性、秒转秒到、免手续费等特点，数字人民币发放消费贷可以为客户提供安全、便捷、实惠、多样化的贷款资金清结算体验。再如，此前，中国邮政储蓄银行落地了数字人民币汽车消费贷款的放款及受托支付业务。

易观分析金融行业高级咨询顾问苏筱芮认为，消费金融机构拥抱数字人民币是大势所趋，一是数字钱包便利性有助于其更便捷、更低成本地触达客户；二是有望节省原来依靠第三方所产生的渠道费用；三是可确保授信资金闭环流转和用途真实可信。

（编辑：朱紫云 校对：彭玉凤）