

·市场视窗·

牛年春节掀起了一股消费高潮,伴随消费者需求而生的金融服务也遍地开花——

# 消费金融“加速跑”,省心还得放心

■ 本报记者 何珂

屡创新高春节档电影票房、热闹非凡的网红餐厅、被迫限流的景点、“战绩”优异的电商平台……在刚刚过去的牛年春节里,人们的消费热情和购买力充分展示。有业内人士指出,新冠肺炎疫情得到有效控制的情况下,内需消费逐渐恢复,而进一步扩大居民消费,释放消费潜力,需构建良性、稳健的消费信贷市场。消费金融的用户体验如何?怎样才能更健康、规范地发展?近日,记者进行了调查采访。

## 消费金融需求增多 场景覆盖多个领域

“毕业工作之后的第一个春节,我响应号召就地过年。虽然人不能回家,但是礼物要寄回去。我想给爸妈换个新手机,给弟弟买台电脑。”“95后”张晴,在合肥市一家教育培训机构工作,由于刚工作不久,手头的积蓄还不多,“算下来,春节买礼物花销需要1万多元,对于我来说,不是一个小数目。”

抱着试一试的态度,张晴在一家商业银行的App上申请了个人消费信用贷款。“没想到,很快1万元的贷款就打到了账上,一共分12期偿还。当时算下来自己每个月的还款金额不到1000元,不用一次性承担大额支出,还能给家人送上心仪的礼物,分期消费帮助我度过了一个愉快的节日。”张晴说。

近日,记者走访发现,在牛年春节到来前,中国银行、邮储银行、浦发银行等多家金融机构都推出更便捷的消费金融服务。“银行推出的个人信用消费贷款,可以用于购车、家装、旅游、教育等用途,严格规定不能用于购买理财产品等投资性的领域。”2月25日,在中国银行合肥分行的一家营业点内,工作人员告诉记者,网上银行、手机银行、智能终端等自

助渠道可以申请累计额最高为30万元,而且利率也比较低,春节期间申请贷款的人不少。

牛年春节的热闹景象正是消费金融发展的一个缩影。近年来,我国消费金融发展迅速,尤其是短期消费贷款增长明显。数据显示,截至2019年末,个人短期消费贷款余额为9.9万亿元,同比增长12.7%,较2015年末的4.1万亿元增长超1.4倍。根据中国银行业协会统计,截至2020年6月末,消费金融公司资产规模4861.5亿元,贷款余额4686.1亿元。业内对消费金融的发展韧性有着良好预期,中国银行研究院发布的《全球银行业展望报告》预计,2021年个人短期消费信贷余额将同比增长约15%。

总量上增长迅速,结构上也不断扩张。眼下,大到新房装修,小到购买生活用品,信用消费贷款全面满足百姓的生活消费需求,而且更多消费贷款从普通商品消费领域,拓展到文化、旅游、教育、养老等服务类消费领域。从渠道上来看,商业银行、消费金融公司、互联网消费金融平台等,都能为百姓提供消费信贷服务,额度从几百元到数十万元。

## 金融科技赋能 风险控制能力不断强化

随着各项促消费政策的密集释放,消费提档升级将不断拓展,消费金融业务发展空间也将更加广阔。然而,在其快速发展过程中不能忽视风险防范能力的提升,这是消费金融机构稳健发展的基石,也是衡量其合规水平的指标之一。

2020年末,银保监会下发《关于促进消费金融公司和汽车金融公司增强可持续发展能力,提升金融服务质效的通知》,要求消费金融公司根据自身发展战略和业务定位优化资源配置,强化自主风控能力建设,提高风险识别和应对能力。今年1月13日,银保监会发布

《消费金融公司监管评级办法(试行)》,提出将从公司治理与内控、资本管理、风险管理、专业服务质量、信息科技管理五个方面对消费金融公司进行监管评级,根据评级结果实施分类监管。其中,风险管理权重占比最高,也侧面印证了这一点。

记者在走访中获悉,多家消费金融公司都开始布局基于人工智能技术的反欺诈体系,用于保证账户安全、拦截个人欺诈和团伙欺诈,保障资产质量。中邮消费金融建立的风险模型架构,全面覆盖主要渠道和产品,完成定制化的申请评分、行为评分和催收评分,还建立起收入预测模型、资金饥渴模型等用于风险管理;招联消费金融通过风控模型创新应用,建设多维立体的防共债体系,能够对高风险客户提前识别、预警并管控,并在业内首创了“AI智慧大脑”,与贷后管理、客户服务等业务策略耦合。

业内人士指出,金融科技赋能,使得消费者基本不受金融机构营业时间 and 办理空间的限制,用户在线提交身份信息后,平台可快速完成审核,及时授予信用额度。对金融机构而言,互联网消费信贷能批量化、标准化地处理小额贷款,也有助于更好地防范风险。但利用金融科技完善风控体系需坚守合规意识,要警惕金融科技过度使用造成部分大型科技公司的市场垄断和不正当竞争以及过度采集客户数据,侵犯客户隐私。

## 谨防过度消费 合力倡导理性适度借贷

春节刚过,“三八女神节”的广告便随处可见,一轮接着一轮的“消费狂欢节”正紧盯消费者的钱包,而便捷的消费金融也容易让一些年轻人陷入财务失控的窘境。

近日,中原消费金融公司推出“7天无理由还款”举措,即用户在首次借款的

前7天内提前还款,不收取任何费用(包括利息),在业内引起广泛关注。“消费金融服务的客群主要是年轻群体,年轻群体出于对新鲜事物的追求,容易冲动消费。”中原消费金融公司总经理周文龙表示,“作为持牌机构,上线这一权益的初衷就是为冲动借贷的消费者设置‘7天冷静期’,希望通过这种方式让借贷回归理性,鼓励用户适度消费。”

伴随互联网发展而成长起来的年轻人,习惯线上消费、具有信贷消费意识,成为消费信贷市场新生力量。安徽大学金融学教授郑兰祥表示,帮助年轻消费群体培养理性消费、适度借贷的理念,消费信贷金融机构责无旁贷。一些消费信贷机构降低准入门槛,用一些小优惠吸引年轻消费者使用信贷产品,一旦消费者想退出产品,却设置种种障碍。一些信贷类金融广告没有发布实际的年化利率水平,而是用表面上看起来较低的“日利率”“月利率”误导年轻消费者。这些行为短期内或许能“激活”市场,但从长远看是在透支行业自身的发展前景,只有做好消费者保护,倡导合理借贷,营造健康、理性的行业生态环境,机构和消费者才能从行业长期稳健发展中持续受益。

银保监会消费者权益保护局有关负责人提醒,要强化消费者权益保护,把握扩大内需有效性及个人杠杆率合理性两方面的平衡。一方面,加强对金融消费者的宣传教育和风险提示,引导其从实际需求出发,树立量入为出的理性消费观,正确评估自身的经济承受能力,杜绝不计后果盲目借贷、盲目消费行为,远离过度借贷消费营销陷阱;另一方面,督促消费金融公司践行责任信贷理念,审慎确定风险偏好,清晰披露贷款利率和收费标准,充分保障消费者的知情权和选择权。此外,还要优化客户投诉管理制度,杜绝暴力催收行为,有效保护消费者的合法权益。

·财经调查·

# 税惠“礼包”减压力强信心

■ 本报记者 冯珉

春节期间消费市场一片红火,为满足纳税人缴费人春节期间办税缴费需求,从春节前开始,省税务部门就主动开展靠前服务,及时梳理相关税收优惠政策,上门服务为企业送去“政策礼包”。

2月17日,支付宝数字生活平台发布的新春数据报告显示,“就地过年”催生了云上互动、娱乐、消费大爆发。在省城合肥市,点外卖、看电影、逛步行街等消费实现翻倍增长。飞猪数据显示,合肥本地游预订上涨660%,进入全国热门本地游的TOP5。合肥融创文旅城也尝到了消费旺盛的甜头。总经理刘刚介绍,仅春节七天假期,文旅城客流总数就超过44万人次,比2019年上升42%(2020年暂停营业),销售总额比2019年上升33%。

能有这么好的成绩,不仅是合肥市民响应就地过年的号召和我们主动营销的结果,还离不开各级政府对我们企业的关心和服务,尤其是税务部门,通过“不断线”的咨询辅导,给我们送来税收优惠“大礼包”,减轻了经营压力,增强了经营信心。”刘刚说。

据了解,当地税务部门主动发挥税收职能作用,通过微信、钉钉等线上渠道,针对合肥融创文旅城内各业态及四百余家商户的涉税难点,开展24小时“不打烊”的线上咨询辅导,解决企业所得税问题167项,受到了文旅城内各公司和个体工商户的交口称赞。

“去年3月复工复产后,企业面临客流量和营业额严重下滑的双重困难,文

·财经资讯·

# 重点水利工程投资 完成额连续4年超200亿元

本报讯(记者 王弘毅)记者2月23日从省水利厅获悉,2020年,全省水利系统克服疫情和大汛的严峻挑战,投资计划执行好,建设规模大,重点水利工程投资额创新高,圆满完成水利投资年度目标任务。

去年,全省重点水利投资计划244.9亿元,完成投资238.4亿元,完成率97.4%,投资计划及完成投资额均创历史新高,连续4年重点水利工程下达和完成投资双双超200亿元。地方水利投资持续增长,全省共落实水利建设投资540.5亿元,金融机构新增发放水利建设贷款227.1亿元,地方政府专项债券用于水利投资176.4亿元。前期工作推进快,开工项目多。全省

旅城内很多商户都因资金链断裂直接停业。税务部门了解后,组建专业团队上门辅导宣传,让我们享受到阶段性减免社保费等税收优惠共计1400多万元,为企业减轻了不小压力。”刘刚说。

春节长假对消费的拉动作用,也辐射到了国内商超零售行业。从商超销售来看,春节型消费升级趋势明显。以过年期间必备年货礼盒为例,支付宝平台数据显示:大年三十到年初四期间,合肥人买礼盒全国第二。

主营坚果零售的洽洽食品公司充分感受到了春节消费的火爆。“我们从去年12月份就做好筹划,备足货源,提前启动‘年货节’。截至1月底,‘年货节’销售额达14.75亿元,其中,‘每日坚果’礼盒成为爆款,销售额达2.29亿元。”企业财务人员柳荣娟介绍。

“2020年我们仅研发费用加计扣除及农产品核定扣除两项,就享受567万元的税收减免,另外疫情期间因援助抗疫行动还享受了250万元的企业所得税减免,这些实实在在的优惠都是我们发展的底气。”洽洽食品公司财务总监李小路表示,“春节前,税务部门还通过短信、微信等方式提醒我们节假日期间的线上办税、在线咨询等事项,这些贴心的服务让我们感觉特别安心。”

“春节假期期间,我们落实专人值班制度,畅通税企沟通在线渠道,确保第一时间提供税收政策支持和纳税服务保障,助力企业稳岗留工,用实打实的税惠红利和贴心的便民服务为纳税人、缴费人送上新春祝福。”省税务局纳税服务处负责人介绍。

省级以上水利项目获批总投资超200亿元。新开工淮干王临段行洪区调整及河道整治、驷马山滁河四级站干渠、洪汝河治理等8个列入国家150项的重大水利工程,以及主要支流治理、中小河流治理、排涝泵站、水库加固等155个水利薄弱环节治理工程。

针对近年来水旱灾害中暴露出的突出问题,省水利部门及时启动新一轮灾后水利建设“一规四补”,完成城乡重大水利基础设施建设十大工程项目建议书,谋划项目3685个,总投资4786亿元;完成投资规模上千亿元的江淮分水岭地区、淮河以北地区水资源优化配置工程项目建议书,为全省“十四五”水利发展提供项目支撑。

# “三重一创”产业基金超额完成年度任务

本报讯(记者 王弘毅)记者2月25日从省发改委获悉,2020年,省“三重一创”产业发展基金新增募资56.9亿元,完成年度募资目标的141.27%,2017年成立以来累计完成募资196.07亿元;其中,投资项目51个,新增投资99.84亿元,完成年度投资目标的381.49%,成立以来累计完成投资159.95亿元。

去年以来,我省积极加强项目对接,在常态化向基金管理机构推荐项目的基础上,两次召开全省性的基金路演和交流对接,促成基金机构与重点项目深入对接,一批优质项目现场达成了初步意向。

# 合肥空港保税物流中心(B型)实现开门红

本报讯(记者 郑莉)据合肥新桥机场海关统计,今年1月,合肥空港保税物流中心(B型)主要业务指标实现大幅增长,进出口货运量29吨,同比增长13.5倍;进出口货值3.79亿元,同比增长7.97倍;受理报关单420份,同比增长1.54倍。

为保障新入驻的荷兰ASML、合肥联宝等企业配套供应链公司顺利开展业务,合肥新桥机场海关实施精准帮

扶,在企业注册、账册设立、开通分送集报、货物流转等方面给予政策指导,简化手续、创新方式,促进了企业快速平稳运转。

同时,采取简化业务审批层级、汇总征税“两步申报”改革、卡口快速验放、视频监控等多项海关便利化措施,充分满足保税货物“即进即出”的需求,“管得住”“通得快”,为企业业务发展提供高效的服务保障。

# 新增科技融资担保超160亿元

本报讯(记者 何珂)近日,记者从省地方金融监管局获悉,截至2020年末,全省新增科技融资担保金额163.99亿元,同比增长10.4%;服务科技型企业2047户,同比增长16.07%。

我省在全国率先建立科技融资担保体系,整体联动服务科技型企业,全力推动创新驱动战略。继2019年科技融资担保体系在全国率先实现省市县三级全覆盖后,2020年全省体系成员增至132家。截至2020年末,体系成员累计为全省近50%科技型企业提供融资

担保456.06亿元,其中,服务A股上市公司26户,有力促进产业优化升级。同时,不断创新模式,借力共融助发展。推出“科融通”模式,构建“资源共同开发、信贷集合加工、风险共同管理、责任比例分担”的科技融资担保产品体系和机制,借助大数据平台与平安银行按5:5风险分担比例合作“数保计划”,与中国银行联合推出“税源+”计划,与合肥高创投合作“青创+”计划等创新产品,充分发挥“桥梁”作用,引“金融活水”涵养科技企业。

# 信贷助力小微企业



2月20日,肥东县邮政储蓄银行信贷员在走访了解肥东瑞鸿祥农资公司复工复产情况。2020年,肥东县邮政储蓄银行给小微企业(包括个体工商户)累计发放贷款共8.5亿元。 本报通讯员 阮雪枫 摄

近日,《安徽省生产安全事故应急预案》修订后印发,针对应急管理新形势,提出预防处置措施——

# 分级响应 高效处突应急

■ 本报记者 王弘毅

近日,省政府办公厅印发修订后的《安徽省生产安全事故应急预案》。《应急预案》明确了组织指挥体系,提出了预防预警机制和分层级应对、省级响应分级等新措施。

为什么要修订这个应急预案?据省应急厅相关负责人介绍,原《安徽省安全生产事故灾难应急预案》印发于2010年11月,已不适应新形势下安全生产应急管理工作。比如我省应急体制机制进行了再造重塑,有关部门职能有了新的调整,且原《安徽省安全生产事故灾难应急预案》已不能适应总体预案在风险防控、事件分级和响应分级、统一指挥等方面的新要求。

在适用范围上,新修订的《应急预

案》在适用范围上作了调整,其中强调将重大、较大涉险事故纳入事故应急工作,对各级政府、生产经营单位初判事故级别和研判本层级响应级别提供了依据,提高了预案的可操作性。

预防预警机制,是新《应急预案》的重点之一。《应急预案》明确提出,按照生产安全事故发生的紧急程度、发展态势和可能造成的危害程度,对可以预警的生产安全事故的预警级别,分为一级、二级、三级和四级,分别用红色、橙色、黄色和蓝色标示,一级为最高级别。在预警发布主体上,《应急预案》明确预警原则上由县级以上部门发布,跨行业领域或跨行政区域的预警由应急部门发布;超出县级区域的,三、四级预警由相邻县级应急部门联合或分别发布,一、二级预警由市级应急部门发布;跨市级行政区域的一、二

级预警,省应急厅同时发布。

对于事故信息报告,《应急预案》明确要求,事故单位负责人接报后,应于1小时内向事发地县级以上应急部门和负有安全生产监督管理职责的部门报告。需要政府提供应急救援的,应当立即报告。

分层级应对与省级响应分级,也是修订后《应急预案》的新特点。分层级应对,就是一般事故及较大涉险事故,由县级政府组织应对;较大事故及重大涉险事故,由市级政府组织应对;特别重大、重大事故由省级政府组织应对。

应急响应也分为相应级别。《应急预案》提到,省应急指挥部接到生产安全事故报告后或请求支援的信息后,根据事故的危害程度、影响范围和可控情况,启动相应级别应急响应。

比如,对于重大涉险事故和涉及面广、敏感复杂或处置不当后果严重的较大事故,由省应急指挥部办公室决定启动三级响应;对于死亡(或可能死亡)人数在20人以下的重大事故,由省应急指挥部决定启动二级响应;对于死亡(或可能死亡)人数在20人以上的重大、特别重大事故,由省应急指挥部总指挥决定启动一级响应。

启动二级以上响应后,还须成立省应急救援现场指挥部,负责制订现场应急处置方案和措施,指挥现场抢险救援,协调有关保障、支援工作。该指挥部由代表省政府现场处置事故的最高行政负责同志任总指挥,省有关部门、事发地市级人民政府主要负责同志以及救援队伍负责人、专家等人员参加。

若救援现场存在次生灾害等较大危险,是“救”还是“撤”?如何保障救援人员的安全?《应急预案》规定,事故单位应迅速、科学控制危险源,组织抢救遇险人员。在救援中发现可能直接威胁救援人员生命安全或者可能造成次生灾害等情况时,应急救援现场指挥部可以决定暂停救援,待采取措施消除风险后继续组织救援。