

重庆如何加快打造消费金融发展高地

不久前,中国人民银行等6部门对外发布《关于金融支持提振和扩大消费的指导意见》,推出19条举措,聚焦消费重点领域和环节,强化商品消费和服务消费金融供给,更好满足消费领域金融服务需求。国家高端智库——中国(深圳)综合开发研究院近期正式发布国内首个消费金融行业发展状况指数——2025中国消费金融指数,重庆消费金融综合指数位列全国第三,消费金融综合实力处于国内第一梯队。消费金融领域的优势,已成为重庆建设西部金融中心的一个战略制高点。重庆如何加快打造消费金融发展高地?聚焦这一主题,重庆日报约请了相关专家学者谈谈他们的看法。

——编者

主持人:
新重庆-重庆日报记者 朱涛

专访嘉宾:
重庆工商大学成渝地区双城经济圈建设研究院副院长、教授 黄潇

马上消费金融股份有限公司副总经理 孙磊

持续推动消费领域金融服务提质增效

重庆日报:如何结合重庆消费场景和特点创新金融产品,持续推动消费领域金融服务提质增效?

黄潇:一是依托山水都市景观与流量经济优势,构建数字化、沉浸式消费金融场景体系。重庆作为山水都市,应充分挖掘山城夜景、滨江岸线、后街支巷、楼宇天台等地域特色,打造具有重庆辨识度的消费场景,构筑多维立体的消费生态。消费金融产品应深耕地域特色,围绕城市地标、数字文创、邮轮演艺等创新消费形态,按照“一品一策”设计小额分期等消费金融产品,实现场景与金融的无缝融合。二是围绕智能化产品集群,打造“消费+产业+金融”联动的消费体系。依托智能化产品制造企业,推动汽车金融、家电金融、绿色消费信贷与产业链联动发展。如推出“新能源车购置+换电金融+车险保障”一体化服务,或在家装、家电更新中嵌入“分期+补贴+保险”的产品组合,推动居民消费升级与本地产业互促。三是推动多元金融机构协同创新,提升供给能力与服务多样性。通过政策引

导,促进银行、消费金融公司、小贷公司等各类消费金融机构功能互补。银行专注中长期消费融资,消费金融公司聚焦小额高频信贷,汽车金融深耕车辆全生命周期金融服务,小贷公司下沉县域消费金融领域,打造差异化供给体系,拓展金融服务的广度、深度与提升造适度。

孙磊:为进一步挖掘消费潜力,推动重庆经济高质量发展,消费金融机构应该从以下三个方面协同发力:一是统筹民生与促消费,依托“15分钟高品质生活服务圈”综合场景,整合教育、养老、医疗等服务,发挥消费金融践行普惠价值的功能性定位,契合民生消费场景小额、灵活、高频的特性,辅助做好高效便捷的融资支持,形成一站式民生服务,满足人民群众所急、所需、所盼。二是协同政府共建新市民消费监测平台,动态跟踪多类消费指标,据此调整补贴政策,引导消费信贷服务方向,推动“消费场景+消费金融”深度融合,构建“权益保障—能力提升—场景适配”的传导链条,形成可持续的消费升级路径。三是推动“科技—金融—消费”良性循环,以科技创新为驱动力、金融服务为支撑手段、促进消费为最终目标,增强消费金融系统性、整体性、协同性,提升消费供给保障能力,满足消费需求资金融通,切实增强人民群众获得感、幸福感、安全感。

加快构建消费金融产业生态链条

重庆日报:怎样构建完整的消费金融产业生态链条,提升重庆消费金融整体发展水平?



江北区观音桥“我在重庆”网红打卡点,不少市民、游客正在拍照

的联动协作,提升消费金融领域的协同治理水平。

孙磊:构建“开放、合规、全面、协同”的消费金融产业生态链条至关重要,有助于提升重庆消费金融整体发展水平。一是以开放的心态看待创新与变革。助贷、联合贷款、联合运营等新型业务模式的涌现具有内在合理性,监管框架需要在风险可控的前提下保持适度包容性,为金融创新预留制度弹性。二是以坚决的态度实施监管政策。必须通过穿透式监管及时遏制违规操作,防范逆向选择。同时,从业者也要积极拥抱监管,防微杜渐,主动进行自我纠正,防止问题累积给行业带来不可逆的损失。三是以全局性思维解决政策传导问题。可将与金融核心主业关系密切但非系统重要性机构交由地方金融监管部门,由其实施属地化监管,充分发挥地方监管资源在信息获取与响应效率方面的优势,解决当前跨业态、跨区域业务引发的监管真问题。四是推动跨界思维解决市场发展难题。当前,消费金融领域机构间合作关系呈现复杂化与高耦合性特征,可尝试通过资产证券化市场的深化发展实现功能解耦,推动产业

跨界深度融合,助力释放消费潜力,促进消费扩容升级,为现代化新重庆建设注入新活力、新动能。

进一步加强金融消费权益保护

重庆日报:在健全消费领域信用体系建设,加强金融消费者权益保护方面该如何进一步着力?

黄潇:一要构建多维动态信用体系,提升信用服务对长尾群体的覆盖能力。将水电缴费、社保缴纳、线上交易、房屋租赁等“准公共信用数据”纳入地方信用信息平台,并与征信系统对接,打造行为信用模型,提升对流动人口、自由职业者等群体的精准化服务水平。同时,鼓励消费金融公司提供“准信用贷款”等首贷产品,推动更多信用边缘群体实现“信用首进、信用上移”。二要推动消费者权益保护全流程前置嵌入,落实“设计即合规”。建立市级金融产品评估机制,将明示成本、冷静期、无感授权、风险提示等机制前置嵌入金融产品设计流程。加强消费金融领域宣传教育,增强防骗意识,提醒防范非法代理催收、App诱骗等金融消费者权益保护中心(重庆)设立的“马上消费调解工作站”在两江新区揭牌成立,为金融消费者提供全方位、一站式调解服务,让纠纷化解工作更靠近前端、更深入基层,进一步助力化解金融矛盾,促进金融市场的健康有序发展。

【决策谏言】

从六个向度加快打造全球设计之都

■ 严艳萍 吴珺

设计是知识、技术与创意的承载体,是贯通科学与艺术、传统与现代、产业与城市的连接器,正日益成为赋能城市发展、高品质生活、高效能治理的重要力量。2025年重庆市政府工作报告提出,建设国家工业设计示范城市和全球设计之都。在我国五个入选全球创意城市网络“设计之都”中,重庆是唯一的西部城市、独特的山水城市、“硬核”的工业城市。打造全球设计之都,必须立足现代化新重庆建设实际,进一步明晰路径、聚焦聚力,找准谋实六个向度的着力点和突破口。

政策向度:统筹有效市场和有为政府,进一步完善政策保障体系。政策引领产业发展方向,关系战略全局和资源配置。一是产业规划要体现辨识度。加快制定出台重庆市设计产业发展规划,明确设计企业在“六区一高地”建设中的定位,明晰以工业设计为主攻方向,以工程设计、时尚设计、文化创意设计为重点支撑的政策体系框架。二是资金支持要提高精准度。探索设立设计产业发展专项资金,按照“基础研究—成果转化—产业应用”链条分层配置资金比例,强化产教融合育人专项经费保障,激发多层次创意设计主体的积极性和创造性。三是监测评价要提升显示度。构建产业统计监测体系,设立设计驱动产品附加值占比等核心指标,跟踪设计研发投入强度等创新指标,监测设计就业人数等关联指标,建立设计企业景气指数等先行指标,定期编制发布《重庆市设计产业发展蓝皮书》,推动产业政策动态调整优化。

主体向度:统筹主体培育和环境优化,进一步提升产业整体实力。加快提升设计产业整体实力,重点要做好“三个抓”。一是抓龙头、强带动。探索实施龙头企业扶持行动,从创新链、产业链、价值链等维度筛选设计龙头企业,按照领军型、骨干型、成长型3档给予精准扶持,支持龙头企业参与行业标准制定。二是抓中小、强帮扶。搭建龙头企业和专业院校参与的

中小设计企业帮扶平台,设立中小企业设计创新基金,建立中小企业设计服务中心,探索推进“设计订单分包制”等创新模式。三是抓环境、强服务。简化设计企业注册流程,配强设计企业服务专员,按照“叫不到、随叫随到、说到做到、服务周到”标准,帮助设计企业协调解决要素保障、金融服务、权益维护等问题。

人才向度:统筹培尖引领和塔基扩面,进一步加强人才引进培养。设计产业是知识密集型产业,设计人才是产业发展的核心要素。一是强化高端设计人才引进。将国际化高端创意设计人才纳入重点产业紧缺型人才或储备人才名录,大力引进国际知名设计师来渝设立工作室,支持高校柔性引进外籍院士等海外顶尖设计人才。二是强化骨干设计人才培养。充分发挥四川美术学院、重庆大学等高校的设计学科资源优势,联动其他高校提升设计产业人才供给。在区县和乡镇探索设立创意设计工作室、创意设计流动工作站,面向乡村创业者、设计爱好者等群体开展教育培训,构建面向更多受众、服务社会大众的设计人才培训体系。

开放向度:统筹内树品牌和外树形象,进一步深化行业开放合作。设计本身是品牌的表达、形象的艺术,需要在交流合作中提升话语权、增强影响力。从行业层面看,要提质打造赛展矩阵。依托“智博会”打造中外设计专家顶级对话、碰撞灵感火花的世界级智能化工设计主题盛会,分季度打造春季绿色设计、夏季工业设计、秋季平面设计、冬季文化创意设计大赛大展矩阵,创新赛展市场化运作,提升连续性、突出专业性、增强多样性。从企业层面看,要提速“走出去”“引进来”。依托共建“一带一路”、西部陆海新通道,打造面向亚欧的设计战略伙伴网络,积极引入世界知名设计事务所,促进文化交流与创意交互。

创新向度:统筹要素集聚和平台支撑,进一步促进产学研用融通。设

以青春经济激活城市消费新动能

■ 荣继伟 李江博

从短期看,占人口总数28.35%的青年群体消费所释放的潜力可直接拉动内需。以2024年文博消费市场为例,青年群体消费贡献度高达40%,仅在演出市场,青年消费人群超过76%;从长期看,青年对绿色、智能、文化等领域的消费偏好可以重塑产业格局,拉动服务、文化、科技等产业的快速发展。在加快建设全市青年发展型城市的背景下,以青春经济为为抓手激活城市消费新动能,既是推动消费升级的关键路径,也是释放内需潜力的战略选择。

重视青年需求逻辑,打造供需双向升级的消费支点。青年群体的消费行为,具有鲜明的时代印记与代际特征。从物质满足到精神共鸣、从标准化选择到个性化表达的转变,定义了青春经济的独特性,更驱动着消费场景的动态更新。一是从“浅层打卡”到“深度沉浸”的体验化特征,促使消费经济向体验经济范式跃迁。当商品与服务难以满足需求时,体验将成为新的价值载体,青年不再满足于拍照发圈的浅层消费,转而追求深度参与的沉浸式体验。体验经济通过故事化设计,让消费场景成为承载城市记忆、传递文化价值的叙事空间,推动文旅产业从“景点经济”向“场景经济”、从“流量收割”向“留量经营”转型。二是从“性价比”到“心价比”的悦己化特征,促使服务产业向情绪经济的价值升维。青年群体作为“丰裕一代”,其消费决策中“心价比”(情感满足与支付成本的比值)正超越传统“性价比”成为核心考量因素。如解压体验馆、舒压疗愈馆、宠物互动店等提供情绪价值的消费场景,青年客群占比超90%。情绪经济通过“自我关怀+社交联结”的方式,提升传统服务业的情感附加值,为服务产业打开了新的增长空间。三是从“崇洋”到“自信”的国潮化特征,促使文化消费向本土认同的价值回归。青年群体对“国潮”的追捧,本质是文化自信觉醒下的身份认同表达,这种认同不仅体现在对本土品牌的推崇,更延伸至对传统文化的现代转译。传统文化借助现代技术“活”在青年的消费场景中,不仅是产品品牌的本土回归,更是文化自信的具象

表达,为非遗传承、老字号转型提供了新路径。

打造青春经济生态,夯实城市消费升级的系统支撑。激活青春经济新动能,需以“青年发展型城市”建设为抓手,从“制度保障、场景创新、生态协同”三端发力,构建“需求引领、供给适配、保障完善”的系统支撑体系,让青春经济真正成为城市消费升级的源头活水。一是完善制度保障,夯实消费能力基础。稳定的收入预期是消费的前提,要构建“就业—创业—保障”协同的制度体系。强化就业优先政策,扩大新兴职业技能培训覆盖面,建立“技能认证—薪资补贴”联动机制,提升青年职业竞争力;优化创业扶持政策,通过税收减免、担保贷款等降低创业门槛,激发青年创新创业活力;推动灵活就业人员社保扩面,将外卖骑手、短视频博主等新业态从业者纳入保障范围,解除青年后顾之忧。二是推动场景创新,提升消费供给质量。优质的场景供给是消费的关键,要以“数实融合、古今碰撞”为方向打造多元消费载体。线下聚焦“青年友好型商圈”建设,通过主题化分区、主理人品牌引入等方式,增强商圈与青年需求的匹配度;线上加快数字消费场景创新,利用AR/VR/AI等技术开发“云游城市”“虚拟演唱会”等新业态,拓展消费空间。三是强化生态协同,优化消费发展环境。健康的消费生态是可持续发展的保障,要构建“政府—市场—社会”协同的治理体系。政府要动态调整监管规则,针对“数字藏品”等新兴业态制定信息披露标准,建立青年消费维权绿色通道,提升纠纷处理效率;市场主体要践行社会责任,避免诱导消费、数据滥用等行为,通过“用户共创”模式增强青年参与感;社会力量要加强引导,通过公益讲座、媒体宣传等方式培育“理性消费”“绿色消费”理念,营造良好消费氛围,持续释放青年消费潜力。

(作者单位:重庆市团校,本文为“全市域青年发展型城市建设”专项调研课题项目:2025QN02成果)