

财金纵横

□ 本报记者 王宝会

消费金融减费让利扩内需

提振消费是扩大内需、做大做强国内大循环的重中之重。今年春节期间，持牌消费金融公司推出各式各样的促消费活动，多家消费金融公司通过分期免息等惠民服务，以真金白银推动消费升级，助力释放假日经济潜能。

数字赋能提振消费

今年以来，持牌消费金融公司响应国家促进消费、扩大内需的政策号召，通过线上线下一体化布局，推出了一系列丰富多彩的促消费活动。

数字化是持牌消费金融公司提振消费的重要手段。比如，中原消费金融通过数字化手段精准触达用户、简化参与流程，用户登录中原消费金融APP即可参与活动。针对春节消费特点，中原消费金融推出“蛇年大运，集字享免息”活动，通过集字兑换半年免息券等福利，以惠民让利行动传递金融温度。数据显示，中原消费金融在春节期间放款金额超6亿元，服务客户数超12万户，中原消费金融APP日均活跃度超20万人次。中原消费金融常务副总经理周宇表示，春节是家庭消费需求的高峰期，公司通过高额度、低门槛的免息优惠等活动，希望切实减轻用户负担，让金融服务更贴近民生需求。

此外，海尔消费金融强化数智金融服务，在春节期间平均授信审批时效达5秒，累计放款用户29.93万人，新增放款32.11万笔。

“数字化突破了传统空间的局限，能够快速链接金融消费者，为传统消费提质增效的同时，还能够通过多样化的营销运营手段与更多用户进行交互。”中央财经大学中国互联网金融经济研究院副院长欧阳日辉表示，数字科技基于大模型与业务、客服等相融合，不仅极大地提高了服务的效率和质量，还节省了大量的人力和时间成本，对消费金融机构激发消费潜能、促进消费增长起到了至关重要的作用。

消费金融机构瞄准一些重点消费领域，将产品和服务垂直性嵌入消费场景。兴业消费金融进一步加大信贷支持，拓展展业区域布局，依据个体工商户、职场新人等各类客群的消费偏好、收入周期性，分类施策，制定专属消费信贷方案，同时通过大数据应用及流程优化，不断提升业务效率和客户满意度，服务用户春节期间的消费需求。

北京市互联网金融行业协会党委书记兼会长许泽玮表示，春节期间，消费金融公司与电商平台、线下零售商、旅游服务平台等多领域深度合作，将数字金融服务无缝融入用户的日常购物、餐饮娱乐等领域，消费者在每个消费触点都能享受到消费金融带来的便利。在数字化浪潮的推动下，消费金融公司基于数字技术创新，将加快拓宽消费金融的应用边界，大幅降低零售金融准入门槛，丰富消费者的购物体验，为假日经济的增长注入了新的活力。

拓宽多元融资渠道

从消费金融行业融资情况看，尽管近年来消费金融行业取得长足发展，但仍面临融资难度加大、不良贷款率上升等新问题。为更好地降低成本促消费，消费金融机构应尽快破解融资壁垒，压降信贷风险，满足居民消费信贷需求。

中国银行研究院中国金融团队主管李佩珈表示，2024年以来，消费金融公司融资压力增大，一是不良资产上升带来更大的资本消耗。多家消费金融公司在银登中心挂牌转让个贷不良资产包，未偿本金超200亿元。不良资产规模的增加将影响其信用评级，增加了融资难度，提高了融资成本。二是资本补充压力加大。2024年实施的《消费金融公司管理办法》提高了注册资本要求至10亿元。部分消费金融公司因前期业务扩张较快、利润积累不足等原因，难以达到监管要求的资本充足率标准，将面临较大的增资压力。

为补充中长期低成本资金来源，满足居民多样化信贷需求，消费金融机构加快探索多元融资渠道，运用金融债与资产证券化（ABS）等创新融资工具，为促进消费信贷的扩张与消费市场的繁荣提供有力支撑。

《2024年消费金融行业金融债发行研究报告》显示，2024年，持牌消费金融公司共发行33笔金融债，规模总计524亿元，最高票面利率3.00%，最低票面利率1.99%，平均票面利率2.33%。对此，素喜智研高级研究员苏筱芮表示，利率下行趋势既与利率大环境存在关联，同时也反映出持牌消费金融公司的发展不断受到市场认可。去年下半年，有6家持牌消费金融机构发债“新面孔”密集入场，预计2025年腰部机构将继续成为新获许可及常态化发行的生力军，成为推动增量发债规模的重要力量。

持牌消费金融公司长期拓展多元化融资渠道，通过丰富的“补血”渠道夯实自身实力。除金融债外，ABS也是消费金融公司补充资金的常用融资方式，这对降低成本起到积极作用。据不完全统计，2024年以来，宁银消费金融等多家消费金融机构合计发行14期ABS，发行规模超200亿元。总的来看，个别消费金融机构ABS产品票面利率低至2.04%，多数消费金融公司发行ABS的利率呈下降趋势。

欧阳日辉表示，由于无法吸收存款且融资结构单一的特质，持牌消费金融机构存在融资成本较高、资产端风险波动较大的隐忧，而多元化、低成本的资金渠道能够有效提升消费金融机构核心竞争力。

眼下，对消费金融公司而言，更好地降本增效、扩大内需是落实监管要求的体现。



国家金融监督管理总局非银机构监管司撰文指出，支持消费金融公司走符合自身资源禀赋的特色化可持续发展道路，有效降低各项经营成本，持续压降贷款利率水平，为推动形成强大国内市场贡献力量。

消费金融是促消费、扩内需的重要力量，与商业银行消费信贷形成差异化发展，扮演着补位角色。许泽玮表示，消费金融公司融资活跃、渠道多元，为消费金融公司提供了更多的资金运作空间，使其能够在保障风险可控的前提下，适度放宽信贷条件，降低信贷门槛，进一步激发消费潜力，推动假日经济的持续增长。

推动普惠金融下沉

做好普惠金融等“五篇大文章”，为消费金融行业扩大高质量信贷供给，延展消费金融服务范围指明方向。普惠金融的核心在于让金融服务触达每一个角落，尤其是让那些被传统金融体系忽视的客群，更好地享受消费金融发展成果。在这个过程中，消费金融公司扮演着举足轻重的角色。

消费金融公司作为专营消费信贷的金融机构，在扩大内需、提高居民消费能力等方面有着不可替代的作用。欧阳日辉表示，消

费金融服务的普惠性，关键在于覆盖广泛的长尾人群，实现社会公平和经济发展。推动普惠金融下沉，既是融入城乡社区治理，探索金融与区域发展、社区治理共建共治共享的新路径，也是助力乡村振兴和实体经济发展的强大助推器。

乡村振兴是普惠金融下沉的发力点。春节期间，随着大量外地务工人员返乡过年，无疑是消费金融增量的重要窗口期。许泽玮表示，一些消费金融公司推出了针对农村地区的定制化金融服务，围绕家电等方面的消费需求，通过下调利率和分期付款等灵活的方式刺激消费。

此外，服务新市民也是普惠金融下沉的主要抓手。海尔消费金融够花数据显示，春节期间消费信贷精准助力新市民，新增新市民用户数1.4万人，新增新市民用户放款4.5亿元。李佩珈表示，随着新型城镇化的推进，大量农村人口涌入城市成为新市民。尽管新市民群体消费潜力巨大，可由于缺乏稳定信用记录和有效抵押物，在消费信贷方面难以满足传统银行贷款审批要求，因此其消费信贷需求常常得不到充分满足。为此，消费金融机构应推动普惠下沉，通过多种方式赋能消费者解决资金压力。

推动普惠金融下沉是一个长期工程。业内人士建议，消费金融公司可积极嵌入电商、旅游等新兴消费项目，结合区域消费特点提供差异化、特色化的贷款方式和途径，提高消费金融服务水平。同时，针对具有还款意愿但没有还款能力的客户，提供减费让利的普惠信贷方案，进而推动消费金融践行普惠服务效能。



近期，中央金融办、中国证监会等6部门联合印发《关于推动中长期资金入市工作的实施方案》，重点引导商业保险资金、全国社会保障基金、基本养老保险基金、企（职）业年金基金、公募基金等中长期资金进一步加大入市力度。其中，针对打通全国社保基金入市卡点堵点提出一系列举措。作为我国多层次养老保障体系的重要组成部分，全国社保基金加大入市力度不仅将为资本市场带来更多长期源头活水，也有利于为民生保障筑牢“安全网”。

全国社保基金是典型的中长期资金，由社保基金理事会投资运营。近年来，在政策引导支持下，全国社保基金参与资本市场的广度和深度不断拓展，截至2024年底，全国社保基金规模约3万亿元，持有A股流通市值约0.8万亿元，占全部A股流通市值的1.2%。

从社保基金属性来看，其天然可以充当“压舱石”“稳定器”的角色。一方面，社保基金资金通常不需要在短期内面对大额意外兑付压力，具备长期属性和投资耐心，同时其投资目标是实现长期保值增值，而非追求短期收益，投资决策具有高度的专业性和战略性。另一方面，全国社保基金被市场视为“国家队”资金，其投资行为往往被看作政策风向标，当社保基金加大股市投资时，通常会释放出积极的政策信号，有利于增强市场信心。

社保基金入市有望带动更多长钱入市。自成立以来，全国社保基金在投资运营中展现出良好的收益能力，平均年化收益率约为7.4%，其中A股投资年化收益率更是超过10%。这一显著长期投资成绩将对其长钱产生示范效应，有助于与其他类型长钱共同形成“长钱长投”良好氛围和趋势，进而吸引更多类型长钱入市。

同时，目前推动全国社保基金进一步入市仍存在一些瓶颈问题。例如，现行政策对社保基金股票类资产配置比例的限制较为严格。《全国社会保障基金投资管理暂行办法》规定，股票类资产配置比例上限为40%，而固收类资产下限同样为40%。这种“两头挤压”的配置框架，导致其A股投资空间受限。

社保基金的增量资金供给也存在不足。全国社保基金资金来源主要依赖财政拨款、国有资本划转和投资收益，但近年来财政拨款投入规模增速放缓，进一步扩大A股投资面临“心有余而力不足”的尴尬。此外，市场生态中的短期业绩考核倾向，也制约了社保基金践行长期投资理念的空间。

就这些堵点卡点，此次发布的《方案》从政策松绑、考核优化等方面入手，有针对性地为社保基金入市扫清障碍。例如，《方案》提出“稳步提高全国社保基金股票类资产配置比例”，这能够更好地利用全国社保基金资金来源稳定、短期流动性压力较小的优势，优化资产配置，增厚长期收益。《方案》提出“细化明确全国社保基金五年以上长周期业绩考核机制”，则有利于全国社保基金更好地践行“长期投资、价值投资、责任投资”理念。

可预期的是，在《方案》指引下，随着相关管理办法的落地，全国社保基金将加速、加大投资资本市场力度。入市空间越大，责任也就越大，应进一步强化对宏观经济和资本市场形势的分析研判能力，审慎开展投资运营各项工作，在保证资产安全性、流动性的前提下，筑牢长周期投资理念，为资本市场长期向好发展提供更好支撑，最终实现基金保值增值和资本市场稳健运行的双赢。

本版编辑 曾金华 勾明扬 美编 高妍

保险业加速智能化变革

本报记者 武亚东

随着人工智能（AI）技术不断取得突破，保险行业正迎来一场深刻变革。2025年初，国产开源大模型深度求索（DeepSeek）横空出世，凭借其出色的自然语言处理、推理分析及数据处理能力，迅速在金融和保险领域引发应用热潮。目前，新华保险、北大方正人寿等机构已率先完成DeepSeek的接入，积极探索其在智能客服、精准营销、核保理赔等多场景下的应用。

新华保险是最早部署该技术的保险公司之一。2月7日，该公司宣布在“新华e家”APP中成功接入DeepSeek-R1与DeepSeek-V3两款模型产品，构建个人AI助理以支持多种智能应用场景。新华保险相关负责人表示，这是借助联创实验室的技术资源，推动人工智能在企业运营中深度落地的重要举措。公司将持续深化AI在保险业务中的应用，致力于提升客户体验与优化运营效率。

与此同时，北大方正人寿也紧随其后，于2月14日正式上线基于DeepSeek大模型的智能展业助手“方灵”。据悉，初期“方灵”将主要实现“知识智能检索”的基础功能，为代理人提供涵盖保险基本概念、法律法规、监管政策、产品销售理念以及行业发展趋势等全方位解答。

北大方正人寿有关负责人介绍，随着赋能工作的深入，该平台将启动公司领域内的知识训练，逐步覆盖产品介绍、销售逻辑、基本法解读及法商专业意见等内容，并同步加强代理人对AI智能工具的系统化培训。未来，智能助手将不断扩展至更多应用场景，陆续推出“AI智能陪练”“核保助手”等功能，构建覆盖业务前、中、后期的全链路支持体系，助力代理人借助AI工具不断成长、转型与突破，

从而全方位提升客户满意度。

此外，太平资产等保险资产管理公司也在积极探索DeepSeek在金融投资分析、市场趋势预测及风控管理等领域的应用前景。

“DeepSeek新一代模型的发布，预示着AI大模型的应用将逐步普惠化，推动AI技术广泛落地。”中央财经大学中国精算科技实验室主任陈辉认为，DeepSeek的开源助力了人工智能服务的普及，使得保险大模型不再是大型企业的专利，中小型保险公司同样有机会另辟蹊径、实现超车，打造行业“隐形冠军”。

那么，DeepSeek究竟如何赋能保险行业？业内人士认为，其应用主要集中在智能客服与精准营销、智能核保与理赔以及保险代理人智能助手等几个方面。例如，传统保险客服往往依赖预设问答模板，难以应对客户的个性化需求，而DeepSeek凭借强大的自然语言处理能力，能够为客户提供更为精准的互动体验。在保险产品推荐方面，DeepSeek可以通过分析客户历史行为、健康状况和财务情况，生成定制化保险方案，从而有效提升客户转化率。

核保与理赔作为保险公司运营的关键环节，DeepSeek同样大有作为。它能够快速解析医疗记录、体检报告等资料，为核保人员提

供风险评估支持；在理赔环节，AI则可初步审核理赔材料，判定赔付范围，从而减少人工审核工作量并提升整体效率。例如，已有部分保险公司利用AI技术优化理赔审批流程，将复杂案件的审核时间缩短至原来的三分之一。

与此同时，AI技术的普及正在改变保险代理人的工作方式。新华保险和北大方正人寿推出的AI助手，可帮助代理人更高效地获取产品信息、生成客户沟通文案以及优化销售策略。陈辉表示，DeepSeek的应用将加速保险代理人从“销售导向”向“专家顾问”角色的转型。基础的信息传递工作由AI承担，而代理人则应专注于提供高价值咨询服务，如家庭财富规划、资产传承及养老规划等。

尽管DeepSeek为保险行业带来了诸多机遇，但陈辉也指出，保险公司在应用AI时仍需保持谨慎。数据安全与合规风险、AI模型的准确性与可靠性以及保险从业者的职业适应等问题，都是AI技术应用过程中亟待解决的挑战。鉴于保险行业涉及大量敏感客户信息，如健康状况和财务数据，一旦AI系统遭受攻击或发生数据泄露，可能会对企业及客户造成巨大损失。

针对AI模型的准确性与可靠性，业内专家提醒，尽管DeepSeek能够提升理赔效率，但也存在因“AI幻觉”问题而生成错误信息的风险。因此，保险公司在应用AI时，必须建立严格的审核机制，确保DeepSeek的推荐结果经过人工校验，以降低误判风险。

陈辉表示，保险行业的智能化转型仍处于初级阶段，如何在创新与合规之间取得平衡，将成为保险公司亟待思考的重要课题。在AI时代，保险行业唯有积极拥抱变革，才能在技术浪潮中抢占先机，赢得未来。

