

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



新华社发

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。”

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。

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。



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。

中国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《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持范围，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，促进政银金融资对接，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、优化操作流程等多方面要求。

“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

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（记者赵文君）

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“医疗信息公开”和“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

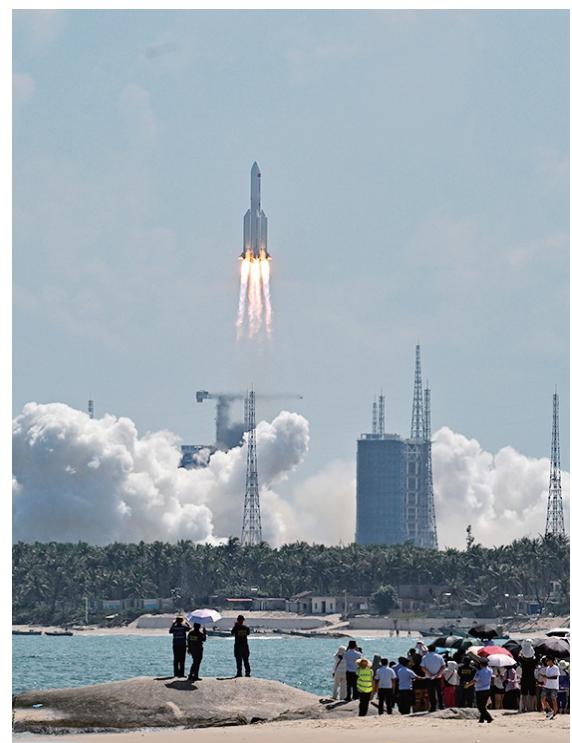
性安排。

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“内卷式”竞争。

据介绍，今年市场监管总局开展了广告市场秩序集中整治，聚焦互联网媒介和重点民生领域，持续加大对医疗、药品、医疗器械、保健食品等领域的广告监管执法力度。

2025年上半年，全国市场监管部门共查办医疗广告违法案件1666件，罚没金额1278万元。市场监管总局集中曝光3批次30起违法广告典型案例，涉及医疗美容、医疗器械等多个行业，形成有力震慑。



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