

从“人找钱”到“钱找人”

同心农行4亿元金融活水精准滴灌助振兴



统筹“两化一振兴”建设美丽新吴忠

本报讯(记者 丁宝萍)近日,在同心县丁塘镇张滩村养殖户马正家的牛舍里,43头肉牛膘肥体壮,大口咀嚼着“营养餐”。“有了资金支持,让我养肉牛的底气更足了!”马正说。

为了让群众发展产业不再为钱发愁,中国农业银行同心县支行工作人员进村入户大力宣传肉牛养殖“整村授信、集中补栏、统一防疫、集中补贴”的产业推广模式,针对农户融资“短、小、频、急”的痛点,该支行在开年首日已高效完成4亿元信贷资金投放,高效满足农户春耕备耕、养殖扩产、创业经营等多元化资金需求,为县域特色产业注入即时动能,让产业发展的“引擎”转得更稳、更快。

“整村授信”政策正成为撬动养殖业发展的关键支点,通过“政府+银行+村集体”三方联动精准对接农户需求,变“人找钱”为“钱找人”,形成金融支持一产业升

级—农户增收的良性循环,让乡村全面振兴之路越走越宽。该支行行长海建梅说,2025年,该支行以“惠农e贷”“富民贷”为载体,通过精准支持农户引进优良品种扩大养殖规模、改善圈舍条件、购置饲料提高饲养水平等,联合同心县农业农村局,围绕同心县肉牛、滩羊等优势养殖产业,打造了一批以丁塘镇张滩村、韦州镇庆华村为代表的养殖示范村,形成了可复制、可推广的养殖产业发展模式。

金融是乡村全面振兴的重要驱动力。近年来,中国农业银行同心县支行立足县域、服务本土,通过项目捐赠、定点帮扶、农产品产销对接和便民金融服务等方式彰显民生担当。去年,该支行捐赠近20万元用于公益项目,带动农副产品消费帮扶200多万元。同时,不断通过消费信贷、城镇化金融支持和场景赋能等方式释放内需,带动县域消费提



近日,在同心县丁塘镇杨家河湾村,中国农业银行同心县支行工作人员为村民办理贷款业务。

质扩容,全年投放消费贷款4亿元,打造重点消费场景12个。该支行精准切入同心旱原牛肉品牌分段养殖、销区屠宰、极速配送的多段式直销模式,成功促成了

同心县与福建省福州市有关公司的产销对接,开辟“门店直销+线上平台”双渠道营销体系,助力“同心好物”突破地域限制,实现价值跃升。

四中全会精神在基层 盐池农商行让全会精神入心入行

本报讯(通讯员 赵云博)连日来,为深入学习领会、全面贯彻落实党的二十大精神,盐池农商行党委以多层次学习、多维度宣传、多举措落地的务实行动,推动全会精神在全行落地生根。

盐池农商行构建分层分类学习体系,开展专题学习2期,36人次参训,党委领导班子成员就学习感悟结合工作实际分别交流发言,实现先学一步、学深一层;各党支部将全会精神融入“三会一课”、主题党日,累计组织学习10期,138名党员全员参与,27人次围绕业务发展谈思路、话落实;党委书记带头开展专题宣讲,覆盖80多名干部职工,同时邀请党校讲师开展集中辅导,进一步深化全员思想认知。

组织开展“全会精神在基层”主题征文活动,征集优秀稿件7篇,展现基层员工学习热情;开展全会精神应知应会测试,实现全员高参与率、高合格率,以考促学巩固学习成果,营造比学赶超的浓厚氛围……同时,该行多渠道搭建宣传阵地,凝聚发展合力,以全会精神指引业务实践,将其融入全行“五五战略”纵深推进全过程,聚焦支农支小主责主业,加大信贷投放、优化金融服务、筑牢风险防线。

下一步,盐池农商行将持续深化全会精神学习贯彻,在学深悟透、宣传阐释、成果转化上持续发力,以金融之力服务乡村全面振兴、为县域经济发展贡献农商力量。

乐享消费 节日支付数据看热气腾腾中国年

中国人民银行2月24日发布的数据显示,2026年春节假期支付交易持续增长,2月15日至2月23日,银联、网联共处理交易393.02亿笔,金额13.12万亿元,日均交易笔数和金额较2025年春节假期分别增长37.45%和19.26%。

这组数字背后,是千家万户在“吃住行游购娱”全场景中的消费热情,勾勒出“十五五”开局之年中国经济的蓬勃生机。

假日经济活力十足的背后,是各部门打出政策“组合拳”,为新春消费注入强劲动力。

2月初,商务部等9单位对外公布《2026“乐购新春”春节特别活动方案》,努力打造全场景联动、全民乐享的春节消费盛宴。此前,财政部等部门对个人消费贷款和服务业经营主体贷款的贴息政策进行优化,加大贴息力度、延长实施期限、拓宽消费领域等,进一步降低消费与经营成本,激发经营主体活力。

政策红利直达消费终端,离不开持续优化的支付环境。

在南京秦淮区,2.17万个“满100元减50元”数字人民币红包上线即被“秒光”;在黑龙江,借助云闪付App发放的超2亿元消费券,点燃假期消费热情;在河

南,2亿元新春消费券通过微信小程序、支付宝App面向公众发放,精准聚人气、旺市场、促消费……各类支付工具助力,成为推动春节消费的“加速器”。

围绕扩内需、促消费,金融机构也在积极响应,送上“春节消费礼包”。工商银行推出“新春数字消费平台”,整合支付、信贷、理财等一站式服务便捷群众消费;建设银行启动2026年春节促消费专项活动,推出支付满减、利率优惠等措施,切实降低居民消费成本;农业银行推出“乡村年货节”专项行动,打通农村消费服务“最后一公里”……

与此同时,互联网平台同步加码,“政策+金融+科技”协同发力,带来显著成效。

千问App宣布投入30亿元启动“春节请客计划”,元宝App推出10亿元现金红包……多家互联网平台借助AI,将金融支持与科技赋能深度绑定,打造促进消费的“引流器”。中国人民银行提供的数据显示,除夕晚至初一凌晨,在红包发放高峰时段,网络支付最高峰为每秒14.47万笔,同比增长7.18%,创历史新高。

火热的春节消费,绘出一个热气腾腾的中国年。据新华社

盐池农商行全力奋战首季“开门红”

本报讯(通讯员 赵云博)今年以来,盐池农商行党委统揽全局把方向,在增户、增效、增量上狠下功夫,充分发挥基层党组织的战斗堡垒作用和全体党员先锋模范作用,形成了全员盯着目标干、围着业务转、带着责任战的奋进局面,全力以赴奋战2026年首季“开门红”。

盐池农商行明确今年工作重点,制定首季“开门红”期间各类营销活动,对营销活动对象、活动内容进行细化,并组织网点开展各类营销活动;领导班子和机关干部紧盯包片支行各项工作落实情况,强化对各项工作的督导考核,帮助支行理清思路,解决问题,切实提升督导质效与帮扶力度;根据工作需要到基层网点协助支行开展业务营销和客户走访工作,为网点助力纾困,将机关服务基层落到实处。

同时,该行各支部党员结合“千企万户大走访”活动,主动认领目标任务,深入商圈、走进农户,上门宣传信贷产品及其他金融服务,做到“群众有需求,我们有响应”,在营销中将开办银行卡、手机银行、二维码收单等业务与揽储业务有机结合,进一步增强客户黏性,为“开门红”期间各项业务的快速发展奠定坚实基础。

反电信诈骗 中国银行吴忠市分行金积支行为新春消费注入金融活力



近日,中国银行吴忠市分行金积支行在吴忠市利通区牛家坊民俗文化村开展金融宣传活动。

本报讯(通讯员 苏克君)日前,中国银行吴忠市分行金积支行抢抓新春消费契机,带着满满的金融“干货”与新春祝福走进集市,把金融服务阵地搬到群众身边,切实把金融知识和便民服务送到群众手中。

活动现场,工作人员化身金融宣讲员,用接地气的语言开展宣传服务,让专业金融知识变得通俗易懂、好记好用。针对集市上商户收款转账频繁、群众消费多的特点,工作人员重点讲解了手机银行便捷操作、移动支付安全技巧,现场指导老年人使用线上金融服务,解决大家不会用、不敢用的难题;结合节日期间电信网络诈骗高发的情况,工作人员通过典型案例拆

解刷单返利、虚假购物、冒充亲友等诈骗套路,手把手教大家识别诈骗短信、钓鱼链接,提醒大家守护好“钱袋子”。同时,向商户和群众普及存款保险、反洗钱、个人征信保护等金融知识,发放图文并茂的宣传折页和新春福袋,让大家在逛集、购物的轻松氛围中,把金融安全知识学懂弄通。

银行花式“抢客” 理财“春节档”营销热闹登场

随着马年春节的到来,银行理财市场迎来年度营销的重要节点,一场没有硝烟的“客户争夺战”已然火力全开。从线上App的红包雨、年终奖专属理财,到线下网点张灯结彩、举办主题活动,各类营销活动层出不穷,重点瞄准居民的年终奖与家庭压岁钱这两类季节性资金,推出一系列短期高流动性产品。这轮热闹的营销不仅是为了吸引客户,也折射出当前银行业在利率下行、优质资产稀缺环境下的经营压力。不过,业内人士提醒,对普通投资者而言,面对各类节日理财“特供产品”,需保持理性,关注产品的实际风险与流动性安排,尤其是要留意起息时间、赎回到账规则等细节,避免因追求短期收益而影响节后资金使用。

理财市场春节营销火力全开

今年,银行“春节档”营销呈现一派与节日喜庆气氛同样热闹的景象。其显著特征,莫过于营销战场的全域化扩张与触客方式的深度数字化变革。线上,已成为毋庸置疑的主战场。记者查阅各家银行App发现,主题已经纷纷换上了马年主题,核心宣传位置也放上了“新春专享理财”“年终奖升值计划”“节前投资策略”等指引链接。

线下网点也在积极营造节日氛围。记者走访发现,多家银行通过实体活动增强客户体验。除了悬挂红灯笼、张贴中国结等装饰,许多银行推出五花八门的到店活动,例如“扫码抽金条”“办理业务赠送春联福袋”等。

与往年一样,“年终奖”和“压岁钱”依旧是本轮银行理财的营销抓手。多家银行围绕这两大节日资金流,量身定制了专属金融产品和服务方案。针对职场人群的年终奖,银行推出“年终奖理财专区”,主打短期、高流动性、稳收益的理财产品,部分产品年化收益率较日常高出0.3至0.8个百分点。例如,招商银行为近一年有代发的招行工资卡客户举办了理财活动“开新年年终奖”,推荐工资卡专享理财产品,成立以来年化收益率在1.43%至2.84%之间。

在“压岁钱”场景上,银行则瞄准青少年及家庭客群,大力推广儿童专属银行卡、教育储蓄账户和低风险基金定投计

划。例如,工商银行、北京银行、浙商银行、郑州银行等多家银行推出儿童专用银行卡。比如,面向18周岁以下客户,工商银行推出“宝贝成长卡”,北京银行推出“小京卡”等。同时,部分银行还配套推出“压岁钱”专属储蓄计划等创新金融产品,并在相关存款利率上给予适度优惠。

争抢“优质负债”缓解压力

银行春节营销火力全开,表面上看是产品与活动的比拼,实质上是一场对“优质负债”的主动争夺。在经济转型、优质资产稀缺、利率持续下行的背景下,银行正面临负债成本上升与盈利压力的双重挑战。

单纯的存款增长已不再是银行的最终目标。一位国有大行金融分析师对上证报记者坦言:一方面,宏观经济处于转型期,能提供稳定、可观回报的安全优质资产相对稀缺;另一方面,居民风险偏好显著降低,倾向于将资金存入银行以求安全,导致银行存款规模增长但成本也相应上升。

博通咨询金融行业资深分析师王蓬博在接受上证报记者采访时表示:“居民储蓄意愿仍处高位,而股市、债市等其他资产波动加大,收益不确定性上升,使得年终奖、节前回流资金成为银行争抢的重点。”他认为,银行希望通过节日窗口锁定短期流动性,并将其转化为中长期理财配置,本质上是在低利率环境下对优质负债端资源的主动抢夺。

记者了解到,目前,适合春节短期闲置资金、兼顾灵活与收益的理财产品选择主要有三类:

一是货币基金,如余额宝、零钱通,主要投向银行存款、国债等低风险资产,风险低、流动性强,可随取随用。但其收益普遍在1%至2%,且需注意在节前最后一个交易日申购,否则假期无收益。

二是国债逆回购,适合拥有股票账户、追求短期高收益的投资者。它以国债为抵押,风险较低,尤其在节前1至2天,市场资金紧张时,收益率常出现脉冲式上涨,操作1天期品种甚至可享受整个假期收益。但需注意,其利率波动较大,节后常快速回落,适合节前窗口操作。

三是银行现金管理类理财产品,由银行或理财公司发行,底层资产多为高等级债券,风险较低,收益通常略高于货币基金,可达2%至3%,且申赎灵活。部分产品设有春节专属版,可覆盖假期计息。投资者需注意产品的申购限额与赎回到账时间(T+0或T+1),提前确认规则。

理性规划假期收益“接力”

然而,面对琳琅满目的节日理财“特供品”,投资者如何避免被营销话术裹挟,真正实现假期资金的高效利用?业内专家提醒,理性规划才是关键。

王蓬博认为,应重点看产品风险等级是否匹配自身承受能力、底层资产投向是

否清晰、起息日与赎回规则是否影响资金使用,而非仅关注预期收益或赠品;需警惕业绩比较基准被当作承诺收益宣传、短期限产品隐藏封闭期,以及用红包补贴变相抬高实际成本等误导性话术,避免因节日氛围冲动决策。

中国邮政储蓄银行研究员姜飞鹏提醒,春节假期期间选择短期理财需兼顾自身实际需求与节后安排。在挑选产品时,应充分考虑投资期限与预期收益的匹配,优先选取假日期间仍能计息、赎回到账较快的产品,避免封闭式或赎回流程较慢而影响节后资金使用。资金方面,可预留少量应急资金投入货币基金,其余可根据闲置时长分散配置,以防节后资金集中到期造成“空窗”。

“若想实现春节前后投资的顺畅衔接,不妨提前规划。”姜飞鹏说。例如,选择支持快速赎回的货币基金或银行T+0现金管理产品,方便节后及时转入长期投资;也可设置产品到期自动赎回或转账,避免遗忘操作导致资金闲置。此外,在节前布局一些跨节短期理财,让到期日自然衔接节后首个交易日,有助于资金在假期结束后继续产生收益。

王蓬博表示,从长远来看,银行理财要真正赢得客户信任,关键在于构建投研能力、资产配置透明度、风险控制机制和客户服务响应体系,从“卖产品”转向“管财富”,以长期稳健表现替代短期促销刺激。

据新华社网

普惠贷款“小确幸”做靓大文章

2月10日,中国人民银行发布的《2025年第四季度中国货币政策执行报告》显示,2025年末,普惠贷款同比增长10.9%,保持两位数增长,持续高于全部贷款增速。另据《2025年第四季度金融机构贷款投向统计报告》,2025年四季度末,普惠小微贷款余额36.57万亿元,同比增长11.1%,增速比各项贷款高4.7个百分点,全年增加3.63万亿元。

普惠金融是金融“五篇大文章”之一,亮眼的信贷数据折射出金融对实体经济沃土的精耕细耘。中国社会科学院金融研究所副研究员张珩表示,普惠金融覆盖量大面广的小微企业,能直接缓解其面临的融资难、融资贵问题,有助于稳定就业、筑牢实体经济根基。

普惠金融的快速发展离不开政策的支持引导。2025年12月召开的中央经济工作会议指出,引导金融机构加大支持扩大内需、科技创新、中小微企业等重点领域。2025年6月,国家金融监督管理总局和中国人民银行联合印发《银行业保险业普惠金融高质量发展实施方案》,提出优化普惠金融服务体系,巩固提升普惠信贷体系和能力,加强普惠保险体系建设等。

今年1月,中国人民银行决定增加支农支小再贷款额度5000亿元,将支农支小再贷款额度与再贴现额度打通使用。苏商银行特约研究员薛洪言表示,政策正驱动普惠金融稳定发展,央行优化支小再贷款、创设普惠小微支持工具,叠加监管考核、财政贴息政策等,共同构建了长效激励机制,推动金融机构向普惠客群倾斜信贷资源,缩小金融服务差距、助力共同富裕、提振经济发展信心发挥重要作用。

普惠金融的“小确幸”是社会幸福的“大文章”,正融入千行百业之中,下沉进生产生活细节。例如,农业银行的“惠农e贷”“富民贷”,工商银行的“工业e贷”“链群交易e贷”“集群商户e贷”,建设银行围绕养老保障、住房安居、扶危扶弱等开展“为民办实事”九大行动。张珩表示,金融机构要强化战略与组织保障,明确国有大行、股份行、地方方法人银行的差异化定位,发挥自身优势下沉服务重心,不断创新金融服务场景,围绕农业、供应链等开发特色产品,精准匹配真实金融需求。

普惠金融早已突破单一信贷支持,正朝着信贷、保险、担保、政务数据等协同共建的综合生态演进。

普惠金融要在精准服务、风险防控与可持续发展之间找到平衡。薛洪言表示,金融机构应加强与政府性融资担保机构、产业园区等合作,多维度协同推进工作,提升服务可得性。在县域、乡村等普惠金融薄弱地区布局线上线下结合的金融服务网络,强化员工能力培训,引导普惠客群合理使用金融产品,实现金融机构可持续经营与实体经济发展的双赢。

据新华社网

协办单位

- 吴忠市财政局
- 中国人民银行吴忠市分行
- 中国银保监会吴忠监管分局
- 中国银行吴忠市分行
- 中国建设银行吴忠分行
- 盐池农村商业银行
- 交通银行吴忠支行
- 宁夏银行吴忠支行
- 邮储银行吴忠市分行