

近期至少20家银行下调利率——

中小银行存款利率进入“1时代”

经济日报记者 王宝会



近日,中国人民银行发布降准降息等一系列金融政策后,多地中小银行下调存款利率,尤其是部分长期定期存款利率跌破2%,进入“1时代”。
据不完全统计,今年4月以来已有至少20家中小银行下调存款利率。比如,哈密市商业银行发布关于调整人民币存款挂牌利率

的公告显示,5月8日起,该行执行新的存款挂牌利率,个人整存整取1年期、2年期、3年期、5年期存款利率分别降至1.5%、1.6%、1.8%、1.85%。5月10日,聊城沪农商村镇银行发布存款利率显示,该行2年期、3年期、5年期存款利率分别调整为1.89%、1.98%、1.98%。
中小银行为何降低存款利率?对此,中国银行研究院研究员梁斯认为,在适度宽松基调下,5月初人民银行出台了一系列措施支持实体经济,政策利率下行将带动利率体系整体下降,存款利率联动下行。商业银行息差收窄压力加大,势必强化负债成本管理,维持服务实体经济的能力。下调存款利率特别是高成本存款有利于优化负债结构,增强资产负债匹配度,提升负债管理效率。
一些比普通存款利息回报更高的产品,

如大额存单、通知存款的收益也在下降。以大额存单为例,在存款利率降低的背景下,吸引力有所弱化。融360数字科技研究院数据显示,2025年3月,银行发行的大额存单1年期平均利率为1.719%,2年期平均利率为1.867%,3年期平均利率为2.197%,5年期平均利率为2.038%。存5年不如存3年,利率倒挂愈发明显,不少银行因此减少发行中长期大额存单。
融360数字科技研究院高级分析师艾文说,大额存单利率已低于部分理财产品和货币基金,股市阶段性回暖吸引部分资金从大额存单流出。大额存单门槛较高,流动性约束也导致大额存单吸引力不足。

一直以来,中小银行为吸引更多储蓄资源,在存款利率设置上通常略高于大型商业银行。近期,贷款市场报价利率(LPR)与大型商业银行存款挂牌利率同步下探,多家大型商业银行3年期、5年期定期存款利率(整存整取)下调25个基点,降至1.25%、1.3%。
去年大型银行陆续降息后,在利差的诱惑下,市场上出现一波跨城“存款特种兵”。

中国银行研究院研究员李一帆说,存款挂牌利率下调在一定程度上会影响居民的存款利息收益。出于追求更高的利息收益,居民通过在异地发掘适宜的中小银行,寻找更高层次的存款产品进行替代。

相较于中小银行前些年高达4%左右的存款利率,此轮利率调整后,储户的存款收益无疑将大幅降低。从居民投资理财角度看,或将再现“储蓄搬家”,使资金流向提供更高收益的金融机构。中小银行作为代客理财的重要渠道之一,有必要加快完善资管业务,为投资者创造更多财富。今年一季度,银行理财市场平稳健康发展,随着理财产品加快拓宽代客渠道,银行要聚焦代客理财产品、客户服务、金融科技等领域深耕财富管理,形成涵盖固收、混类产品矩阵,满足投资者多元理财需求。

接下来,更多中小银行预计会根据自身情况和区域经营状况跟进下调利率。中国社会科学院金融研究所银行研究室主任李广子认为,未来一段时期,市场利率走势预计仍将下降,存款利率也会下行,这种下行走势短期内可能会出现一定幅度的波动。

四部门开展2025年“百场万企”中小企业融通对接活动

新华社北京5月24日电(记者周圆 张辛欣)工业和信息化部、国务院国资委、国家知识产权局、全国工商联日前联合印发通知,部署开展2025年“百场万企”大中小企业融通对接活动。

工业和信息化部中小企业局有关负责人介绍,活动旨在建立完善大中小企业融通对接渠道,集聚知识产权服务机构、高等院校、科研院所、金融机构等各方资源,搭建中小企业与大企业交流、展示、服务、对接平台,推动更多中小企业融入大企业创新链产业链供应链,共同积极应对外部风险挑战,携手提升产业链供应链韧性和安全水平。

活动内容包括组织举办产业链专场对接活动,组织中央企业、民营企业与中小企业专场对接,各地分层次分领域举办形式多样的对接活动等。

该负责人表示,各地有关部门要制定本地开展大中小企业融通对接活动工作方案;提前摸排大企业需求,广泛动员中小企业、相关机构参与,提升对接精准度和成功率;充分发挥国家高新技术产业开发区、国家先进制造业集群、中小企业特色产业集聚的产业集聚优势,做好对接活动的支撑保障等。

全国妇联等11部门部署开展2025年“六一”庆祝活动

新华社北京5月23日电(记者董博特)“六一”将至,记者23日从全国妇联获悉,全国妇联等11部门日前联合下发通知,对各地各部门组织开展形式多样的主题实践活动,合力营造良好社会氛围作出部署安排,让广大少年儿童度过一个快乐难忘的节日。

通知指出,各地各部门要站在为党育人、为国育才的战略高度,围绕纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年,通过寻访参观、研学实践、主题演讲等多种形式,讲好抗战故事,弘扬伟大抗战精神;创新方式载体,举办亲子诵读、家风故事宣讲、歌咏活动、入队仪式等,培育践行社会主义核心价值观;邀请时代楷模、道德模范等走近孩子身边,引导广大儿童听榜样故事、悟榜样精神,从小将中国民族魂融入血脉、扎根心灵。

通知要求,各地各部门要立足儿童需求,依托家长学校和“幸福家·家庭教育服务园”等线上平台,传播家庭教育科学理念知识;融合校内教学资源,联动少年宫、儿童活动中心、阳光驿站等校外阵地,链接公共图书馆、文化馆等公共文化机构,组织开展公益劳动、趣味体育、阅读推广、艺术普及、非遗展示等生动有趣、寓教于乐的庆祝活动,家校社协同营造良好节日氛围。

《网络交易平台收费行为合规指南》

面向社会征求意见

新华社北京5月25日电 为规范网络交易平台向平台内经营者收取佣金、抽成、会员费、技术服务费、信息服务费、营销推广费等收费行为,维护平台内经营者合法权益,促进平台经济健康有序发展,近日,市场监管总局研究起草了《网络交易平台收费行为合规指南(征求意见稿)》(以下简称《指南》),并向社会公开征求意见。
《指南》共28条,主要包括5个方面:
一是明确平台收费要遵循的原则。平台收费应当遵循公平、合法和诚实信用的原则,基于服务协议、交易规则、交易习惯等因素,综合考虑经营成本及平台内经营者经营状况。
二是倡导降低平台内经营者负担。鼓励平台在合法、合理、互惠互利的范围内采取灵活多样的定价策略,对平台内经营者特别是中小商户提供让利或减免扶持,主动承担社会责任,减轻平台内经营者经营负担。
三是强化平台合规自律。要求平台按照有关规定,落实合规管理主体责任,健全合规管理组织、配备合规管理人员,建立不合理收费风险识别评估、防范收费风险的事前合规审核等机制,提升平台收费合规管理能力。
四是规范平台收费行为。明确平台要合理制定收费标准,健全收费规则、收费公示等制度机制,严格履行减收、免收费用承诺,审慎评估收取保证金必要性,按照平等自愿原则开展推广服务,保障平台内经营者知情权和选择权。同时,明确了重复收费、只收费不服务、转嫁应由平台自身承担的费用等8种不合理收费行为。
五是加强监督与实施。要求平台及时反馈平台内经营者收费关切,主动配合监督检查,加强行业自律,公平参与市场竞争。
下一步,市场监管总局将根据社会公开征求意见反馈情况完善《指南》内容,尽快出台实施,进一步健全平台经济常态化监管制度,持续规范平台收费行为,推动平台经济有序健康发展。

5月25日,施工人员在深圳平湖南综合物流枢纽二期工程吊装最后一节钢梁。

当日,由中国铁建承建的深圳平湖南综合物流枢纽二期工程智慧化物流综合钢结构主体完工。该项目是全国首批23个国家物流枢纽之一,在传统铁路货站上建造智慧物流园,形成“公铁海”多式联运与城市配送无缝衔接的智慧物流运输新格局。

新华社记者 刘大伟 摄



2024年中国田协认证路跑赛事跑者消费总规模超168亿元

新华社北京5月24日电 国家体育总局体育科学研究所中国体育经济研究中心24日发布《中国路跑人群消费与赛事经济发展趋势与特征研究报告》(以下简称《报告》)。
《报告》显示,2024年,中国田协认证路跑赛事跑者年度消费总规模达168亿元。

《报告》提出,近年来我国路跑赛事经济发展成效显著。2024年,中国田协认证赛事跑者年度消费总规模达168亿元,较2023年增长26%。其

中,服装鞋帽、可穿戴专业装备、赛事报名费、保健康复以及运动营养品购买等直接消费超98亿元,因参赛产生的吃、住、行、游、购、娱等间接消费超69亿元。从消费结构来看,间接消费增长率比直接消费增长率高出18个百分点,直接消费带动间接消费比例超过1.4:1,凸显了路跑项目强大的消费带动能力。

在参赛者人均总消费支出方面,2024年全马、半马参赛者人均总消费支

出为14141元,该数据在2023年为13701元。此外,《报告》数据显示,参赛跑者在运动项目中投入的年度消费总金额是未参赛跑者的3.6倍,异地参赛跑者在赛事举办地多停留一天,个人年度总消费平均增幅超7000元,体现路跑赛事在促进消费方面的关键作用。中老年跑者“跟着赛事去旅行”的特点较为显著,异地参赛呈现出“来得早,走得晚”的特点,路跑赛事中的“银发经济”现象较为明显。

千年文脉激起新浪潮

——来自“中国文化产业第一展”的一线观察

新华社记者 周科 孙飞 白瑜

五月的鹏城,阳光愈发炽热,第二十一届中国(深圳)国际文化产业博览交易会于5月22日至26日在深圳举办。一件件文艺精品集中亮相,一个个创新成果闪亮发布,一场场推介订货密集上演,引领文化产业风向。记者在这个被誉为“中国文化产业第一展”的文博会上感受到,伴随新一轮科技革命的方兴未艾,千年文脉在时光的流转中掀起一股澎湃的创新浪潮,蕴藏着勃勃生机的经济社会发展新动能。

文产加速升级

数字创意、微短剧、生成式人工智能应用……本届文博会以“创新引领潮流 创意点亮生活”为主题,吸引超过12万件文化产品、4000多个文化产业投融资项目参展,“科技+文化”持续创新呈现,催生文化新业态、产业新模式、消费新体验,折射了文化产业的加速升级。

在文博会上推出的永乐宫游玩之旅中,记者头戴VR眼镜,可以看到三清殿的琉璃正脊、纯阳殿的青龙山水画卷,感受“人在画中行,景随步履生”的诗意境界。

科技与文化的深度融合,正推动文化体验从传统的“静态观赏”向“沉浸互动”转变,使文化成为可感知、可参与、可创造的鲜活存在。同时,科技对文化产业的推动力,已从最初的工具辅助转变为叙事结构与传播方式的

核心驱动。
在文博会上,数字华夏(深圳)科技有限公司的人形机器人“夏澜S01”与现场观众频繁互动。现场该公司工作人员介绍,该款人形机器人头部有29个电机,可以做到7个种类22种表情,孕育广阔发展空间。

记者了解到,文博会的专业馆已从最初的5个展馆扩展为21个展馆,形成功能更加精细、内容更加丰富的展示体系,涵盖非遗工艺、文旅消费、电竞游戏、文创设计、潮玩文化等多个领域。“自2004年创办以来,文博会展区结构、展示内容到核心定位的演变,见证了中国文化产业从‘有形产品’向‘多元生态’的升级。”文博会展委会办公室主任刘雷说。

文化赋能崛起

文化市集、文创专区、热销商品榜……本届文博会上,文化消费新场景热热闹闹,展会流量正变为经济增量。

孵化和运营“奶龙”等原创IP的第七印象相关负责人说,今年文博会上公司全球首发了奶龙AI陪伴机器人,通过陪聊、陪学、陪学、游戏、创编故事等智慧功能,全方位复刻奶龙角色,让小粉丝们喜闻乐见的奶龙变成现实中的朋友。“去年奶龙等IP授权、内容发行、产品等业务收益超8000万元,近期我们正在推进内容产品出海”。

深圳国际文化产业博览交易会有限公司

总经理方石玉表示,文博会的展区设有发布专区,开幕首日在展位首发的新品就有80多项,既有初创企业,也有大型体育赛事的特许商品等。

本届文博会有别于往届,特别策划了22项促交易措施,实现交易环节的全面扩容、全链赋能。如“文博消费季”将联合淘宝、京东、腾讯等平台,为参展商提供全域流量支持和出海服务;打通“展前配一展中直购一展后云洽”全周期供需对接服务链等。

文化消费的持续创新,赋能文化产业快速发展。数据显示,截至2024年,文博会上已累计成交超3万亿元,服务文化产业企业机构超4.5万个,交易展示海内外文化创意产业展品超200万种。

文博蓄势未来

年年“景”相似,岁岁“质”不同。文博会的年一岁壮大,是文化产业成果发展的交融,更是传统文化在时代发展中的传承、创新、融合。文化之力赋能当下,更蓄势未来。

本届文博会上,传统文化元素随处可见,焕发出新的生机与活力。
如河北展区的“幸福任意门”互动装置,以中国人“串门”文化为灵感,将燕赵大地的千年文脉与山河盛景以奇幻方式呈现,观众



5月22日,观众在文博会上了解文创产品。(梁旭 摄)

只需轻触控制面板,就能开启穿越燕赵知名文化场景的奇妙之旅。而AI动态复原《正定胜迹图》,通过“藁城宫灯”为介质的雷达探测漫游技术,让长乐门阵列练兵、阳和楼元曲诗会等场景活灵活现,使观众沉浸式感受千年古城魅力。

作为我国目前唯一的国家级、国际化、综合性文化产业博览交易会,文博会上从最初的4.5万平方米扩展至如今的16万平方米,参展企业数量也从700多家增至6280家,每年的展览推动了全国文化产业的整合和升级,不断擦亮“中国文化产业第一展”的金字招牌。

“这不仅是一个汇聚文化与创新的平台,更是中国文化产业从自我觉醒到体系成熟的缩影。”刘雷说,文博会是文化的盛会,也是一个文化产业发展的“风向标”,它以文化为根、科技为翼,为文化产业蓄势未来,在推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展,促进文化产业高质量发展,加强国际文化交流合作等方面发挥着越来越重要的作用。
(新华社深圳5月24日电)

(上接第一版)

“荣誉让我不安,我做得远远不够”

2017年12月2日,一辆满载液化石油气的槽车在汉中市宁强县翻入河中,液化气泄漏形成易爆云团。危化品事故历来是灾害处置中伤亡风险最高的类型,作为全省消防灭火尖兵,江永木主动请缨直面这个“大麻烦”。

寒冬腊月,他踏入冰冷河水靠近落水槽车,手刚触及低温泄漏罐体就被粘住。他强忍疼痛,用铲子撬开手继续抢险堵漏。由于泄漏气体压力过大,堵漏异常艰难。江永木用数十块木楔子和两管堵漏胶,一块一块封堵,一点一点粘合,与撕裂的漏口反复较量。

在冰冷的水中堵漏一个多小时后,漏口终于被堵住。此时的江永木已被河水冻得僵硬,双腿无法站稳,战友合力将他架回岸上。

2021年9月,江永木所在的特勤一站担负起第十四届全国运动会核心场馆西安奥体中心的消防安全任务。
翻阅图纸、记忆条款、现场巡查、模拟演练……这种高负荷工作状态持续了三个月。最终,江永木做到了对安保现场情况一清二楚,岗位职责脱口而出、应急处置秒级响应,成为奥体中心的“活地图”和“百事通”。

获得诸多荣誉,江永木如同消防救援队伍中的一面旗帜,是队员们努力的方向。但他却说:“荣誉有时会让我不安,因为我做得还远远不够。”

“基层成就了我,我愿意永远扎根”

28年消防救援生涯中,江永木不挑岗位、不讲条件、不重名利、不计得失,把最美好的青春奉献给了基层消防事业。

他不善言辞,却善于钻研。上千种特勤器材,他样样懂性能、会操作、能讲解,连续8年被总队选调担任培训教员、业务考官。
积累经验并下救援经验后,他大胆创新,研制出井口专用三脚架、升降平台和井下救援模拟训练设施,总结出“八项步骤、六个注意”的井下救援操作规程,还练就了“倒挂金钟”的绝招,仅在井下就救出近30条生命。

当战斗员,他瞄准打赢、苦练本领,将自己锤炼得技艺精湛、全面过硬。当班长,他忠实履职、任劳任怨,带出一个个攻坚组、尖刀班。当站长助理,他坚持严管厚爱,所在特勤一站成为全省标杆。

荣誉增多,职务升高,但他从不摆老资格。无论是灭火救援、抢险救灾,还是讲解器材、带队训练,他都标准不降、热情不减,手把手教、心贴心带,成为战友心目中服气服的“知心班长”。

考虑到他年龄偏大、伤病较多,组织多次想调他到机关,他每次都斩钉截铁地回绝:“是基层成就了我,我愿意永远扎根这里。”
在消防救援队伍这片责任田里,江永木如同“老黄牛”,脚踏实地、勤奋耕耘、驰而不息。他始于平凡却不止于平凡,甘于平凡却最终超越了平凡。