

重庆如何加快打造消费金融发展高地

【智库对话】

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。

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、后街小巷、楼宇天台等地域特色，打造具有重庆辨识度的消费场景，构建多维立体的消费生态。消费金融应深耕地域特色，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

中长期消费金融，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、深度与提升适配度。

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？

黄潇：一要以“场景链”为核心，打造多元消费触点 and 沉浸式金融入口。持续加大在以往换新、智慧出行、教育培训、文旅消费、银发经济、首发经济等重点领域消费金融的服务力度，打造线



江北观音桥，我在重庆“网红打卡点”，不少市民、游客正在拍照打卡。记者 尹诗语 摄视觉重庆

上线下协同的场景闭环。二要以“技术链”为支撑，构建全面覆盖、智能高效的消费金融技术支持体系。强化数字重庆建设的支撑赋能，建好数字社区、数字乡村，打通消费金融覆盖的“最后一公里”，扩大公共消费数据开放。提升消费金融科技公司的风控水平，强化“数据+算法+算力”核心技术赋能，不断提高数据挖掘、风控建模、客户画像、客服机器人等的服务效率。三要以“政策链”为引导，提升平台开放水平，推进消费金融创新试点。依托重庆国家金融科技认证中心、“渝金通”数智金融服务云平台，推动跨行业数据共享、跨地域产品流通、跨机构模型共建，夯实支撑消费金融生态繁荣的政策基础。四要以“治理链”为保障，形成智能监管与行业自律协同机制。注重化解行业风险，制定出台适合消费金融公司的专门监管标准，进一步规范消费金融收费行为，深化“银行—助贷平台—担保机构”之间的联动协作，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空问题。四是以跨界思维解决市场准入难题。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，推动产业链跨界深度融合，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者权益保护

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度。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，打造用于信用模型，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培训，增强防骗意识，提醒防范非

【决策建议】

从六个向度加快打造全球设计之都

严艳萍 吴珺

设计是知识与技术的承载体，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高质量发展、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，找准落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，明确设计产业在“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的政策体系框架。二是资金支持要提升精准度。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，设立设计驱动产品研发增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“不叫不到、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：统筹塔尖引领和塔基扩容，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国际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，联动其他高校提质打造“设计+产业”专业集群，支持校企共同建设智能设计实验室、共同开发设计实训课程。三是强化多层次设计人才供给。在区县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，构建面向更广泛受众、服务社会大众的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，要提质打造发展矩阵。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设计工业设计主题盛会，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，创新策展市场化运作，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

计是推动创新成果转化为现实生产力的桥梁纽带。一是迭代园区平台。优化工业设计产业园区布局，支持中心城区依托特色产业基地、国家新型工业化产业示范基地，整合工业设计上下游产业链资源。二是优化服务平台。在线下，高标准建设国家级、市级工业设计中心，优化面向制造业企业的设计咨询、市场调研等一站式服务；在线上，构建行业主管部门统筹、高校院所企业参与的云服务平台，探索企业线上发布问题清单、专班人员解答指导等新模式，促进设计资源开放共享。三是打造科创平台。鼓励高校、科研机构与企业合作共建设计创新平台，依托四川美术学院等高校打造西部设计创客、构建设计牵引的全链条孵化体系，培育智联穿戴、智慧潮玩等领域的青年设计创业团队。

应用向度：统筹需求牵引和场景带动，进一步构建多元融合产业生态。面向未来，应以设计创新为纽带，以生态场景为支撑，将科技进步与城市需求连接起来，更好驱动产业创新、治理革新。一是推进“设计+制造”。紧扣“416”科技创新布局 and “33618”现代制造业集群体系建设，完善设计与产业融合发展机制，编制《重庆市创意设计产业发展应用清单》，鼓励制造业企业单独设立或校企联合共建工业设计部门、工业设计中心，以“柔性创新”激活“硬核制造”。二是推进“设计+城市”。将设计理念融入超大城市规划、建设、治理全过程，结合老旧小区改造推进艺术化场景营造，模块化设计应用，加快城市公共设施“设计+”升级，拓展多元治理应用场景。三是推进“设计+乡村”。聚焦食品及农产品加工产业发展，探索设计“引领区域品牌+强化标准共建+赋能品质提升”培育模式，推进“设计+农文旅融合”“设计+巴渝和美乡村建设”“设计+文化传承保护”，努力实现乡村让人们更向往。

(作者单位分别为：重庆大学艺术学院、可持续发展研究院，华中师范大学美术学院；本文为中央高校基本科研业务费人文社科专项成果)

以青春经济激活城市消费新动能

荣继伟 李江博

2025年政府工作报告指出，大力提振消费、提高投资效益，全方位扩大国内需求。消费是经济增长的“压舱石”，青年是消费升级的“生力军”。青年群体的消费偏好可以重塑市场格局，拉动服务、文化、科技等产业的快速发展。在加快建设全市域青年发展型城市的背景下，以青春经济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。青年群体的消费需求，不仅是消费市场的“晴雨表”，更是产业升级的“指南针”。从购买商品到买体验、从满足功能到追求价值的迭代升级，本质上是青年对美好生活的多维追求。旨在推动消费市场从规模扩张转向质量跃升。一是精准挖掘青年消费的需求要素。青年消费新需求的核心，是对情感联结、文化认同、自我实现的深层追求，是从物质满足到精神共鸣的跃升。青年群体不仅需要用得上的商品，更需要有故事的体验，如“国潮热”通过传统与现代的时空碰撞，成为传递文化认同的靓丽名片；沉浸式剧本杀通过个人角色扮演，完成历史与现实的情感联结。这些需求超越了单纯的功能满足，形成了情绪疗愈、文化共鸣、社交货币等新的价值维度，为消费市场注入了意义感与参与感。二是形成需求牵引供给的循环创新纽带。一方面，青年对个性化、圈层化、体验化的需求，催生了诸如线上消费、圈层消费、情绪价值经济、沉浸式体验经济等多元化适青消费新场景。另一方面，供给端的创新又反哺青年需求选择，将青年“隐性需求”转化为“显性消费”，如智能家居互联、自动驾驶等新技术应用拓展青年生活场景。这种“需求定义供给、供给创造需求”的良性循环，成为消费升级的核心驱动力。三是激活内需潜力的战略意义。在于其既是“短期稳增长”的动力源，也是“长期促转型”的突破口。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年文娱消费市场为例，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，将引导产业向高附加值方向转型。因此，要重视青年消费新需求，抓住消费升级的“牛鼻子”，为城市经济发展注入持续动能。

把握青春经济特征，明确消费场景创新的主攻方向。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“深度体验”的体感化特征。促使消费经济向沉浸式经济范式跃迁。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”到“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，促使消费经济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选择，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，不仅是产业品牌的本土回归，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、场景赋能、生态协同”两端发力，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。一是完善消费保障，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；推动灵活就业人员工伤保险，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。优质的消费供给是消费的关键，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，通过主题分区、主理人品牌引入等方式，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)