

达州日报

金融周刊

4版

主办

人民银行达州市分行
国家金融监督管理总局达州监管分局
达州市融媒体中心

协办

银行业机构 保险业机构 证券业机构

主编:徐冬

编辑:钱俊

责编:李媛颐

2026年1月31日 星期六

946153947@qq.com

2026年全国春节文化和旅游消费月启动

新华社福州1月29日电（记者 徐壮）文化和旅游部29日在福建省泉州市正式启动2026年全国春节文化和旅游消费月，组织各地围绕春节假期开展文旅消费惠民活动，更好满足人民群众“欢欢喜喜过大年”美好生活需要。

消费月将从1月底持续至3月初，其间各地将围绕年俗、演出、展览、冰雪游、避寒游、亲子游等热点，推出丰富多彩的应季文旅产品和活动，举办约3万场次文旅消费活动，发放超3.6亿元消费券等消费补贴，推出门票减免、票根联动优惠、跨区域文旅优惠等举措，加大直达居民游客的普惠政策力度，为人民群众欢度新春提供更多文旅选择。

“三措并举”保障新账管系统平稳上线

本报讯（通讯员 唐鸿娟）为提升账户管理智能化水平、优化金融服务质效，农发行四川省大竹县支行近日围绕“系统稳定、操作熟练、服务顺畅”目标，提前谋划、精准施策，“三措并举”全力保障新账户管理系统平稳上线，以科技赋能金融服务提质增效。

该行提前筹备强基础，成立专项工作小组、制定实施计划，明确岗位职责，结合培训和模拟测试排查问题、做好应急处置。实时跟进解难题，组织全面开展专项培训，重点学习新系统核心操作，做好存量账户数据对接校验，确保信息迁移准确。优化服务提质效，提前向企业推送系统升级通知，上线后开展客户回访，收集反馈、提升服务体验。

下一步，该行将持续跟踪系统运行情况，强化技能培训，挖掘系统功能优势，以科技赋能提升账户管理精细化水平，为地方企业提供更高效、安全的金融服务。

邮储银行送“福”进社区

本报讯（通讯员 罗应凤 刘鑫）春节临近，为切实提升社会公众金融素养，筑牢金融安全防线，邮储银行通川区支行组织志愿者近日前往东城街道北翎社区，将实用的金融安全知识送到居民身边。

“老人家，以高息回报做诱饵的投资一定要警惕！”“年轻人，出租、出借银行卡可能卷入洗钱陷阱，千万莫贪小便宜！”活动现场，志愿者摆起咨询台，针对不同人群特点与风险薄弱环节，聚焦存款保险、防范非法集资、反电信诈骗、反洗钱、反假货币、个人信息保护以及清廉金融文化等领域开展宣讲，耐心解答居民关于账户安全、理财规划、依法维权等方面的疑问，并送上寓意吉祥的新春福袋。

该行相关负责人表示，将不断创新宣传形式、拓展服务覆盖面，持续推进金融知识普及教育走深走实，着力构建和谐稳定的金融消费环境。

从文创产品、毛绒玩具到箱包配饰，各类寓意吉祥的“马”元素产品占据商超“C位”、产销两旺；从雪域边疆到诗意江南，多地围绕“马”做文章，文旅活动精彩纷呈……随着农历马年渐近，丰富多彩的“马年限定”款产品、项目逐步走俏消费市场，为即将到来的新春佳节增添了浓厚的文化氛围与情感温度。

萌趣“马”元素产品 成节前市场宠儿

走进甘肃省博物馆艺术生活馆，各色以“马”为主题的文创产品吸引着游客驻足。“‘马年买‘马’，图个喜庆。”兰州市民王先生端起脚踏金色祥云、手抱金元宝、身披红色彩带的财神“绿马”摆件说。

“‘绿马’创作灵感源自我们博物馆的镇馆之宝铜奔马，我们在设计产品时着意突出产品的寓意，今年开发了‘马上有才’‘马上有福’等系列产品。”甘肃省博物馆文创中心创意总监吴小宇说。

不只博物馆开发的“马”系列文创产品走俏，随着马年新春脚步渐近，包含“马”元素的潮玩商品也迎来销售高峰。

浙江义乌国际商贸城六区的“萌玩汇”店铺内，各种以“马”为造型的公仔几乎占据半壁江山。其中双手抱胸、表情傲娇的“傲娇马”公仔，枣红色、身上印着金色“发”字和铜钱图案的“马上有钱”公仔颇受欢迎。

“‘马上有钱’公仔，上架就卖空了。”店铺老板娘杨扬介绍，近期每天出货量就接近两万个，订单已经排到年后，为了赶工，工厂已开足马力。

“往年我们也做生肖款，但今年感觉特别火。”她认为，这背后是“情绪消费”的驱动。“无论是‘傲娇’的态度，还是‘马上有钱’的彩头，年轻人愿意为这些能表达自己或寄托希望的产品买单。”杨扬说。

农发行开江县支行开展账户清理与存款保险宣传

本报讯（通讯员 傅相冰）为进一步优化金融服务环境，强化账户管理风险防控，近日，农发行四川省开江县支行组织开展账户清理专项行动，同步推进客户信息核查、企业经营状况调研及存款保险制度宣传等工作，以实际行动践行金融为民理念，为地方经济稳健发展注入政策性金融力量。

为筑牢账户安全“防火墙”，该行成立专项工作小组，对存量账户进行全面梳理，重点排查长期未发生业务、信息变更未及时更新等问题账户。通过上门走访、电话核实、系统比对等多种方式，工作人员逐一确认企业经营状态、法人信息及联系方式，确保账户信息真实、完整、有效。针对部分企业因人员变动导致信息滞后的情况，工作人员现场指导企业完成资料更新，并建立动态跟踪机制，严防账户成为非法活动“温床”。

核查过程中，该行始终坚持服务与防控并重，当好企业发展“贴心人”。工作人员主动与企业对接，深入了解企业生产经营现状，倾听企业在融资、结算等方面的实际需求。针对部分企业反映的流动资金紧张问题，该行结合自身政策性金融优势，详细介绍了普惠小微贷款、农业产业化龙头项目贷款等特色金融产品，为企业量身定制适配的融资方案。同时，通过分析企业现金流、供应链稳定性等核心指标，助力企业优化资金管理模式，提升自身抗风险能力。

为织密存款安全“保障网”，增强企业客户的存款安全信心，该行将存款保险制度宣传嵌入账户核查全流程。工作人员通过发放宣传折页、播放动画短视频、现场答疑解惑等通俗易懂的方式，向企业详

四川社保携手农行1436个网点可办20项社保业务

本报讯（通讯员 杨梅）2026年1月起，四川省社会保险管理局与中国农业银行四川省分行开启深度合作，全省1436个农行网点的3501台自助服务机具正式上线社保服务功能，群众可就近办理待遇领取资格认证、社保信息查询等20项高频社保业务，社保服务便民渠道再升级。

此次合作实现了全省城乡基层全覆盖，重点补齐偏远地区公共服务短板。甘孜、阿坝、凉山三州地区同步启用124个合作网点、481台自助机具，其中乡镇网点占比84%、乡镇机具配置比例75%，有效解决了偏远地区群众办理社保业务奔波的难题，让基层群众在家门口就能享受便捷社保服务。

据了解，此次上线的20项社保业务均为群众日常办理需求最高的事项，涵盖养老保险参保停保、社保卡挂失挂挂、个人参保证明打印等多个方面。针对老年群体不会操作智能手机的痛点，农行网点将待遇领取资格认证这一核心业务纳入自助办理范围，且各网点均完成适老化改造，全方位保障银发客群办事需求，真正实现“数据多跑路、群众少跑腿”。

四川社银合作几年前就有坚实基础。2022年，四川人社部门与农行等银行构建“省对省”合作机

传递情感温度与文化自信 “马”元素走俏节前消费市场

以“马”为媒 带动文旅消费

西陲天山，雪峰逶迤。被誉为“天马故乡”的新疆伊犁昭苏县，在南腔北调的欢呼声中，演员们骑马行进在银装素裹的湿地公园，载歌载舞表演牧区传统婚礼。兴之所起，游客与演员共舞一曲，热闹非凡。

“马年特意来看‘万马奔腾’，讨个好彩头。”来自浙江的田女士说。

昭苏县旅游服务中心副经理刘伟介绍，这是当地依托冰雪优势打造的天马冰雪旅游季活动，每年冬季开展，已经连续举办3届，活动将持续到3月份。农历马年即将到来，“天马吉祥物挂饰”“马背主题客房”等成为游客在昭苏度假消费的热门选择。

不同于雪域边疆的辽阔壮美，在浙江杭州西湖边的钱王祠码头，以“马”为元素的项目尽显诗意江南之美。

暖黄的马灯光晕随水波荡漾，传统手划船装点以吉祥马灯，灯影与湖光相映……当地特意迎接新春打造“马灯福气船”全新升级亮相，为冬日西湖夜游增添一抹温馨的年节色彩。首批登船的游客厉增业欣喜地说：“搭上‘福气船’，马年肯定‘马上好运’！”

“今年我们投用了30艘‘马灯福气船’。”杭州市文化和旅游推广中心主任杨保福介绍，活动第一阶段开放预约后迅速爆满，目前，农历正月初一至初七的第二阶段预约已启动，预计将带动节日期间游客体验热潮。

工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林认为，依托马年生肖文化，并通过市场化手段创新产品和项目，为激活和拉动消费市场提供了诸多机遇，比如带动消费场景创新和消费品品类扩展、带动生肖联名商品消费潮流等；各地的探索，既是将传统文

化基因与现代审美需求结合的创新传承，也是不断提高和增进文化自信的生动实践。

传递情感温度 彰显文化自信

各地“马”元素产品、项目走俏的背后，体现了传统年俗文化与现代消费需求的有机融合，在切中当下人们情感价值需求的同时，让文化符号成为激发市场活力的新动能。

与西湖咫尺之遥，紧扣马年主题推出的“马上钱潮”大型铜艺装置在杭州湖滨步行街落成，迅速成为年轻人打卡的文旅地标。杨保福介绍，这一作品以“骏马”与“钱江潮”为意象，将



中国结饰品加工企业工作人员展示马年挂件。 新华社发（张春雷 摄）

加快培育服务消费新增长点 国办出台12条政策举措

新华社北京1月29日电（记者 谢希瑶 黄轶）铭临近春节，各地年味渐浓，不仅年货等商品消费走俏，家政保洁、文旅出行等服务消费也在同步升温。

为优化和扩大服务供给，促进服务消费提质惠民，国务院办公厅日前印发的《加快培育服务消费新增长点工作方案》29日对外发布，从激发重点领域发展活力、培育潜力领域发展动能、加强支持保障三方面提出12条政策举措。

方案划出了交通、家政、网络视听、旅居、汽车后市场、入境消费这些重点服务消费领域。

交通线也是风景线、文化带、产业廊。方案提出“制定出台促进铁路与旅游融合发展的专项支持政策”“加快车站、列车旅游化改造”“开发沉浸式、多元化邮轮消费产品”“加强公共码头和泊位等游艇基础设施和配套服务保障”等举措，从交通基础设施建设、运输服务有效供给等方面提出要求，为服务消费提供交通支撑保障。

2025年我国出入境人次创历史新高，“中国游”带火“中国购”，“入境流量”正加快转化为实实在在的“消费增量”。

方案专门就入境消费作出部署，提出“做好单方面免签国家试行期限延长相关工作，研究稳妥扩大单方面免签、过境免签、区域性免签政策适用范围”“加快入境签证全流程在线办理全球覆盖”“增加离境退税商店”等多项务实举措，为外国游客营造更加便利、舒适的消费环境。

“开展家政服务职业技能专项培训行动”“研究支持民营资本依法依规开展网络视听服务”“培育一批旅居目的地城市（区域）”“加强房车露营基地建设”……

方案还就家政、网络视听、旅

情侣的青睐。

在店主陆庆荣看来，玩具不仅是商品，更是传递情绪、连接话题的媒介，持续注入新鲜趣味，才能赢得市场的关注。

盘和林认为，得益于当前传统文化领域从“被动保护”到“主动创新”的转型，将生肖文化符号与地方特点有机结合，打造出符合大众审美需要和情感需求的产品，越来越受到年轻人青睐。

伊犁师范大学旅游与历史文化学院教授曹晶晶说，情感需求已经成为消费选择的重要考量标准，未来要深挖文化内涵，优化细分场景服务，让传统文化释放持久价值。

□新华社记者 李杰 段菁菁 胡虎虎