

# 资金流向哪里,融资结构有何变化

——透视4月金融统计数据

■新华社记者 吴雨 任军

中国人民银行日前发布的金融统计数据显示,4月末,我国人民币贷款余额280.5万亿元,同比增长5.6%;社会融资规模存量为456.89万亿元,同比增长7.8%;广义货币(M2)余额353.04万亿元,同比增长8.6%。

“从前4个月整体来看,社会融资规模存量、M2增速保持高位,金融总量合理增长,社会融资条件处于宽松状态,为经济持续向好创造适宜的货币金融环境。”清华大学五道口金融学院副教授周臻说。

信贷资金投向了哪里?中国人民银行的数据显示,前4个月,我国企(事)业单位贷款增加8.99万亿元,其中中长期贷款增加5.01万亿元,为企业投资和生产提供了稳定而有力的支持。

记者从中国人民银行了解到,4月末,普惠小微贷款余额为37.92万亿元,同比增长10.5%;不含房地产业服务业中长期贷款余额为61.34万亿元,同

比增长9.7%,均高于同期各项贷款增速。

周臻表示,在经济结构转型过程中,贷款需求也在发生改变,从传统的房地产等重资产行业,逐渐转向科技型、服务业等轻资产行业。市场资金需求不再集中扎堆,对银行贷款的依赖也随之下降,贷款到期收回和新发放的滚动频率持续加快。

信贷结构持续优化离不开结构性货币政策工具的引导。数据显示,3月末,支持做好金融“五篇大文章”的结构性货币政策工具余额4.3万亿元,支持重大项目投资的抵押补充贷款余额1.2万亿元,均较上年末增加2000亿元。

随着企业贷款占比持续上升,居民贷款占比相应下降。前4个月住户贷款有所减少。

“近两年,居民自主降低债务负担,改善资产负债表,个人贷款增速回落,居民杠杆率稳步下降。”西南财经大学中国金融研究院副院长董青马表示,近期,一系列优化消费生态、完善支付配

套的政策举措持续落地见效,有助于激发居民消费信贷需求。

融资成本是企业 and 居民关注的重点之一。

中国人民银行的数据显示,4月份,企业新发放贷款(本外币)加权平均利率约为3.1%,比上年同期低约20个基点;个人住房新发放贷款(本外币)加权平均利率约3.1%,较上年同期低约6个基点,均保持在低位水平。

“贷款利率保持低位,企业和居民的贷款利息负担进一步减轻。”董青马表示,4月《金融产品网络营销管理办法》对外公布,有助于打击虚假宣传和不当销售,维护贷款市场秩序,为降低实际贷款利率营造良好的制度环境。

信贷只是社会融资渠道之一。近年来,国内金融市场融资结构发生深刻变化,贷款占比不断下降,债券占比明显提升。

数据显示,4月末,企业债券余额同比增长8.3%,非金融企业境内股票余额同比增长4.6%。包括企业债券、

政府债券和非金融企业境内股票融资在内的直接融资在社会融资规模存量中的占比约32.2%,较上年同期提升1.4个百分点。

“近年来,银行越来越重视通过债券市场为企业和政府提供融资,债券与信贷市场发展更加均衡。”光大证券固定收益首席分析师张旭介绍,2025年末,银行持有的债券超过100万亿元,约占总资产的25%,较2015年末上升7个百分点。

中国人民银行发布的2026年第一季度中国货币政策执行报告指出,银行债券投融资行为已经成为影响货币供应和信用创造的重要渠道。加强债券市场建设,提升债券市场功能,有利于更好实施货币政策调控,维护金融市场稳定。

张旭表示,目前我国社会融资总量继续保持合理增长,结构上有增有减,金融对实体经济的支持力度稳固。融资渠道更为多元,企业和居民获取资金来源更加丰富,有助于充分激发经营主体发展和创新活力。

局队在线

## 京津沪三地总队联合开展消费信心与需求调研

本报讯 为精准把握当前居民消费信心现状、消费需求偏好及制约消费的关键因素,助力提振消费内需、优化消费供给,近日,国家统计局天津调查总队联合北京总队、上海总队,共同开展居民消费信心与需求专项调研,为三地消费市场平稳健康发展提供数据支撑和决策参考。

三地总队强化协同联动,统一调研方案和指标设置,结合三地消费市场特点,针对性设计调研内容,既涵盖共性问题,又突出地域特色。调研问卷聚焦居民消费信心、消费行为、需求偏好三大核心,重点关注居民消费意愿、消费结构、消费场景选择,深入分析收入预期、物价水平、政策支持等因素对消费决策的影响。

天津总队以此次调研一手数据为基础,结合总队日常业务监测数据,系统整合、多维分析,从消费信心现状、消费供给侧优化路径、京津沪三地消费情况横向对比三个核心维度,精心撰写形成专项调研报告。报告数据详实、分析深入、建议务实,精准把握当前天津居民消费领域的关键问题,为优化消费供给、提振消费信心、推动消费市场高质量发展提供了有力的决策参考。

下一步,天津总队将持续发挥调查轻骑本色,锚定高品质调研报告核心要求,多措并举、精准发力,不断提升调研成果质量,让调研报告真正成为服务决策、破解难题的“智囊库”。

李晓丽

## 湖北总队与湖北经济学院座谈交流统计科研工作

本报讯 日前,湖北经济学院统计与数学学院一行到访国家统计局湖北调查总队,就深化课题研究、推进政校合作等工作开展座谈交流。

会议总结了湖北总队与湖北经济学院前期合作的成效与经验,一致认为双方联动实现了统计实务与学术资源的优势互补,推动了政府统计工作与高校科研力量的有效对接,对促进统计理论创新与实践应用有机结合、共建务实高效的政校合作机制具有重要的现实意义。

座谈会上,双方聚焦区域重大发展战略监测、居民收支和生活质量监测研究等2026年度全国统计科学研究选题方向,开展重点讨论和交流,围绕经济社会发展中的热点难点问题和人工智能浪潮下新业态形态监测分析等前沿研究领域进行了深入探讨,对推动下一阶段政校合作达成共识。

一是聚力课题共研。聚焦湖北经济社会发展中的热点难点问题,围绕高质量发展、民生改善、统计现代化改革等领域,联合开展前瞻性、针对性课题研究和专项调研,推动课题研究“导师制”落地见效,提高研究成果质量和转化应用成效。二是聚力平台共建。以课题研究为纽带,充分发挥高校理论研究和总队实践经验优势,深化常态化合作,推动政校资源共享、优势互补。三是聚力人才共育。总队进一步探索为学院师生提供实习实践机会,包括参与课题研究、联合开展实地调研、协助数据采集分析等,总队业务骨干可受邀赴学院授课或参与学术指导,形成“互派互讲、互学互鉴”的格局。四是聚力智力共享。双方建立常态化学术交流机制,总队邀请学院优秀教师加入湖北国家调查队系统课题研究专家库,推动统计数据资源与高校学术资源有序对接。

张文怡

## 脐橙丰收 售全球

近年来,湖北省宜昌市秭归县积极推进优质脐橙品种繁育,通过“种子芯片”,建立一年四季都有新鲜脐橙上市销售的特色产业格局,让春夏季变成丰收季;同时,当地系统化建设脐橙销售渠道,通过线上线下相结合的方式,将秭归脐橙销往国内外,促进当地农民增收致富,助力乡村全面振兴。

中新社供图



## 从“拼价格”到“拼创意、拼专利”

——“义乌制造”“备战”美加墨世界杯

■新华社记者 夏亮 魏一骏

距离2026年美加墨世界杯足球赛开赛还有不到一个月,记者在有着“世界超市”之称的义乌国际商贸城发现,虽然相关产品发货高峰期已过,但在体育用品专区的不少店铺依旧能看到带有国旗元素的世界杯周边产品。

“大批量产品从今年1月开始陆续发货,赶在春节前基本都发完了,春节后接的都是一些返单。”经营户陶洋说,她从去年10月就开始接到世界杯相关商品的订单,包括带有墨西哥、美国、哥伦比亚等国家国旗元素的保温杯、塑料水杯、帽子、风扇等小商品。

在很多经营户看来,今年世界杯相关订单的“预热期”较往届明显提前,大家不再被动地等订单来了再赶工,而是提前布局设计、提前申请专利、提前锁定产能。

在义乌国际商贸城三区,经营户从见正在整理一摞球迷服,每个国家有两到四款,配色、纹样、领口细节各不相同。

温从见从事外贸多年,启动得比同行们更早。去年初,世界杯参赛球队名单尚未确定,他就开始设计球衣,冒着一定的风险预测出线名额,并在海外同步申请了外观专利。

“申请专利比较麻烦,时间比较长。”温从见说,但他很清楚,专利不仅是“护身符”,更是议价筹码,有了专利后,产品价格能提升两成左右。凭借往届大赛积攒下来的口碑和专利优势,本届世界杯温从见拿下巴西、阿根廷等球队的官方球迷服订单,仅官方授权一项的订单量就达一万多件。

“以前大家拿个模板印上国旗就卖,现在不一样了。”温从见说,这届世界杯,他已在海外申请了40多款球迷服的外观专利。主营保温杯的陶洋,觉察到该品类市场竞争激烈后,从世界杯身上嗅到了商机,由此延伸开发的新品类也为她的生意打开了新空间。

“围绕保温杯我们创新研发了吸管帽、提手等配件,进一步提升了产品的附加值,培育出新的增长点。”陶洋说。

经营户骆添乐的店里,梅西、克·罗纳尔多(C罗)的Q版小玩偶摆在最前排。他拿下八支国家(地区)队和八个豪门俱乐部的全品类授权,为抢抓本届世界杯商家提前布局,产品线从冰箱贴、胸章、袖扣到毛绒玩具,每周保持二三十款的新品更新。

“像这一款是阿根廷国家队授权,我们把它做成了一个小羊造型的玩偶,

因为GOAT在英文里有史上最佳球员的意思,我们叫它‘咩西’。”骆添乐拿着一款身穿阿根廷队球衣的毛绒玩偶说。从“拼价格”到“拼创意”,从被动接单到官方授权,经营户们的变化,也是义乌市场转型的缩影。在义乌市体育用品行业协会会长吴晓明看来,这种转型来得并不容易。

卡塔尔世界杯期间,吴晓明因“50天赶制10万个足球”的话题上过热搜。亲历七届世界杯的他,经历过因行业门槛低导致同类工厂扎堆的困境,也见证了大浪淘沙后工厂数量的急剧缩减。“最后大家不是去拼质量,而是去拼价格。”

不过在他看来,行业单纯拼价格的时代已经过去,现在比拼的是高质量发展。如今,吴晓明的店铺里最醒目的位置摆放着一款以本届世界杯举办国为配色灵感的足球。

“这款产品我们有外观专利,也是自主品牌。”作为行业协会会长,吴晓明正引导会员关注海外市场品牌建设和知识产权保护,“推动整个产业从‘拼价格’向‘拼创意、拼专利’升级”。

护军是这届世界杯给义乌带来的新红利。2026年世界杯参赛球队从32支扩军至48支,其中乌兹别克斯坦、约旦、库拉索、佛得角是首次晋级决赛圈。

“来自新人围球队所在国家(地区)的足球订单,单个订单量虽不算大,但陆续有返单,赛事临近,返单节奏明显加快。”吴晓明提前备了一大批货,但还是不够卖,工人需要“多班倒”赶订单。

据义乌市体育用品行业协会估算,“义乌制造”占卡塔尔世界杯周边商品市场份额的近70%,从32强的旗帜到足球、球衣,从大力神杯摆件到球迷喇叭,几乎每一个与世界杯相关的商品品类里都有义乌的身影。

虽然针对美加墨世界杯尚未有确切估算,但义乌海关的数据印证了市场的热度。今年一季度,义乌市体育用品及设备出口额达28.3亿元,同比增长12%。

国家发展改革委宏观经济研究院研究员张林山认为,义乌从“拼价格”到“拼创意、拼专利”的转型,是“中国制造”从全球价值链低端向中高端攀升的生动缩影。

“这不是外部压力下的被动调整,而是一场深刻的内生性能力革命。”张林山表示,当义乌经营户开始用设计定义需求、用专利保护成果,说明“中国制造”已经从价值链的被动适配者,转变为规则的制定者和标准的设立者,这种自下而上的升级路径,恰恰是中国经济韧性的深层来源。

## 中央财政安排5亿元支持提升校园足球特色学校能力水平

新华社电 日前,从财政部了解到,中央财政近日继续安排5亿元奖补资金,支持4.1万所义务教育阶段校园足球特

色学校开展足球训练及竞赛等活动。

据悉,2025年至2026年中央财政共安排10亿元,支持和引导地方提高

校园足球特色学校训练和竞赛能力。

下一步,财政部将引导地方进一步优化支出结构,支持校园足球特色

学校有序开展足球训练和竞赛等活动,助力选拔和培养足球人才,推进足球振兴发展。

申敏