

中央财政发力奖补普惠金融

涉农贷款平均余额同比增长超过13%的部分,财政部门可按照不超过2%的比例给予奖励。

近日从财政部获悉,中央财政安排专项转移支付资金,从县域金融机构涉农贷款增量奖励、农村金融机构定向费用补贴、创业担保贷款贴息及奖补、政府和社会资本合作(PPP)项目以奖代补等四方面支持普惠金融发展,并印发了《普惠金融发展专项资金管理办法》。

根据《办法》,专项资金综合运用业务奖励、费用补贴、贷款贴息、以奖代补等方式,引导地方各级人民政府、金融机构以及社会资金支持普惠金融发展,弥补市场失灵,保障农民、小微企业、城镇低收入人群、贫困人群和残疾人、老年人等我国普惠金融重点服务对

象的基础金融服务可得性和适用性。

县域金融机构涉农贷款增量奖励方面,办法规定,对符合条件的县域金融机构当年涉农贷款平均余额同比增长超过13%的部分,财政部门可按照不超过2%的比例给予奖励。对年末不良贷款率高于3%且同比上升的县域金融机构,不予奖励。实施涉农贷款增量奖励政策的地区包括河北、山西、内蒙古等25个省(区、市)。财政部将根据奖励政策实施效果和中央、地方财力情况,结合地方意愿适时调整实施奖励政策的地区范围。

农村金融机构定向费用补贴方面,办法明确,对符合条件的新型农村金融机构,财政部门可按照不超过其当年贷款平均余额的2%给予补贴;对西部基础金融服务薄弱地区的

银行业金融机构(网点),财政部门可按照不超过其当年贷款平均余额的2%给予补贴,新型农村金融机构不重复享受补贴。

专项资金还安排支出用于对符合政策规定条件的创业担保贷款给予一定贴息。其中,专项资金贴息的个人创业担保贷款,最高贷款额度为10万元,贷款期限最长不超过3年;专项资金贴息的小微企业创业担保贷款,贷款额度最高不超过200万元,贷款期限最长不超过2年。

此外,专项资金安排支出用于对符合条件的PPP示范项目和转型为PPP项目的地方融资平台公司存量项目给予一定奖励,提高项目操作的规范性,保障项目实施质量,并鼓励融资平台公司化解存量地方政府债务。 简承渊

【先锋观点】

□ 农兴

随着新农村建设的加快以及农民收入的不断增长,我国农村居民的经济条件得到较大改善,为农村信息消费市场发展奠定了经济基础。眼下,农村信息消费的重点已逐步由信息产品硬件和基础设施消费向信息增值服务消费、平台型消费拓展。笔者分析,当前农村信息消费有三大特点需要重点关注。

一是移动端消费迅速。随着手机价格的不断降低,特别是千元以下智能手机大量出现,农村消费者的智能手机拥有量越来越高。据统计,手机已经成为农村用户主流的上网终端,使用率高达78.9%。同时,移动支付等应用的推广,快递物流加速在乡村布局,农村信息消费更加便捷。移动互联网在农村消费中扮演越来越重要的角色。

二是跟随性消费趋势明显。进城的农民工在大城市里得到很多见识,也收获了网购经验。返回农村后,他们成为新消费理念的传播者和引领者。据统计,新生代农民工会把收入的10%用来网购服饰。因而不难理解,在农村网络消费中,服装占有相当高比重。淘宝村不断兴起和发展,也是跟随性消费的增长点。基于淘宝村的研究也发现,淘宝村虽说是卖当地的特产,但淘宝村农民的网购比例也远远高出普通农村地区。

三是消费的生产服务导向在提升。随着信息技术在农业领域应用日益广泛,大批农业信息软硬件消费品快速推向市场。新型生产经营主体的农资消费明显互联网化。拓展农村信息服务市场成为电信运营商、终端制造商、农村电商等产业链各方争夺焦点。这需要各方加强信息化服务能力,不断推出适合农民生产、生活需求的业务。

农村信息消费已成为全社会消费新增长点。据商务部统计,2015年有7714万农村人口上网购物,比2014年增加40.6%。我国农民生活水平提高迅速,2015年农民人均收入达11422元,实际增长7.5%。这增强了农民共享信息化红利的动力。对于信息消费来说,农村消费者的潜力才刚刚开发。

今后要以农民和新型农业主体信息消费需求为出发点,扩大信息进村入户覆盖范围,丰富便民服务内容、推进电商进村落地,有针对性地为农民提供及时、准确、有效的信息产品;同时,要加强农民网络、移动终端、电子商务等培训体验,提升农民对信息化技术的掌握和运用能力,着力解决农民传统消费的“不方便、不实惠、不安全”之忧。

农村消费格局因『网』而变



信息消费撬动农村市场新支点

【先锋观点】

商务部最新数据显示,今年上半年农村网络零售额超过3100亿元。其中,实物型的网络零售额超过2000亿元,非实物商品的网络服务零售额超过1100亿元。今年以来,农村网络零售额持续快速增长,增速明显超过城市。种种迹象表明,信息消费已成为拉动农村整体消费升级新引擎。

详见>>>>B3