

金融“活水”助春耕

“这笔钱太及时了，心里的石头总算落了地。”近日，在临颍县的农资大集上，忙着卸辣椒种子的农户张有笑着说，今年春耕他急需资金采购优质种子，中国人民银行漯河市分行了解情况后，迅速指导当地农商银行上门服务，两天内便为其办理了贷款，解了他的燃眉之急。

开春以来，中国人民银行漯河市分行把支持春耕生产作为当前金融服务的头等大事，引导金融机构紧盯粮食生产、农资供应等关键领域，将金融“活水”精准滴灌到田间地头。在信贷端，通过支农再贷款、再贴现等政策工具，引导金融机构储备充足“水量”。截至目前，全市各银行累计发放支农再贷款2亿元，办理再贴现0.63亿元，撬动更多资金涌入农业生产。全市持续优化农村支付服务，通过增设农村支付网点，打通金融惠民的“毛细血管”。如今，325个农村支付网点让农户不出村就能存取款。今年以来，全市金融机构为农户办理取款7.1万笔、5323.67万元，粮食收购点、农资销售点的银行卡受理覆盖率100%，资金结算效率大幅提升。针对春耕生产现金需求大、零钱用量多的特点，中国人民银行漯河市分行引导银行网点及时推出“零钱包”兑换和残损币回收服务。目前，全市金融机构已发放“零钱包”1000余个，回收残损币8.9万元。

“我干农资经销这些年，主要销售芭田和晋化的肥料。最近，我想多接一个品牌，备货还差30万元。”经销商杨女士说，关键时刻，漯河郾城中原村镇银行工作人员上门推荐“一家亲”贷款，资金迅速到位。“这钱来得真及时，解决了大问题。”杨女士称赞道。针对春耕生产“短、频、急、散”

的资金需求特点，中国人民银行漯河市分行引导各商业银行创新推出一批信贷产品。漯河郾城中原村镇银行推出的“一家亲”“惠农贷”“丰收贷”等信贷产品，由河南省农业信贷担保有限责任公司提供担保，直接解决涉农信贷担保难的问题，为涉农小微企业融资提供了新路径。漯河市农信用担保有限公司创新推出“农担贷”产品，通过资金支持与风险分担机制，为农业经营主体提供低息、高效的融资服务。截至目前，全市主要涉农银行机构积极投放信贷资金支持春耕备耕，惠及农户和新型农业经营主体2000余户，确保金融“活水”精准滴灌田间地头。

我市金融系统以农村信用体系建设为抓手，将农户信用转化为看得见的“真金白银”。金融系统组建多支小分队深入农村地区，积极开展“三信”评定工作，评定标准不再紧盯房、车等硬资产，而是将农户人品、日常信用表现作为核心考量。通过与村“两委”干部沟通、致富带头人推荐等方式，银行批量获取优质农户名单，借助“入户调查+大数据风控”模式提前完成授信审批，让好口碑成为农户手中的“活期存折”。农户急用钱时，只需要在手机上操作就能快速贷到款，买种子、化肥再也不用四处求人。

为了推动“信用变现”更加精准高效，金融机构针对不同种植养殖需求，创新推出“特色种植贷”“活体抵押贷”“订单质押贷”等多样化产品，重点保障化肥、农机等春耕物资供应。依托动产融资和应收账款融资平台，中国农业银行漯河分行等机构探索推出“四位一体”融资模式，将辣椒订单、活体牲畜都变成融资“硬通货”，有效拓宽农户融资渠道。刘珂君 苏刘东 闫欣欣

邮储银行漯河市分行

当前正值春耕备耕关键时期，邮储银行漯河市分行将支持春耕备耕、保障粮食安全作为当前“三农”金融工作重中之重，早安排、早对接、早服务，为全市春耕生产提供坚实金融保障。

提前与各县（区）农业农村局、乡（镇）政府、村“两委”对接，全面摸排春耕生产资金需求情况。针对种子、化肥、农药、农膜、农机具购置等集中用款需求，优先调配信贷资源，简化审批流程，开辟春耕备耕绿色通道，坚持“快受理、快审批、快放款”原则，确保不误农时、不误农事。临颍县陈庄乡大蒜种植大户黄先生便是受益者之一。因年前支付土地租金及购买农资，如今急需资金购买无人机、剥蒜机，他从推介会上了解了邮储银行贷款产品后扫码申请，邮储银行信贷客户经理当天调查核实，次日黄先生便收到25万元贷款。

在产品服务上，该行立足本地农业实际，重点推出“农牧贷”“极速贷”“产业贷”等线上线下产品，农户通过手机银行即可完成申请、支用，做到“让数

据多跑路、农户少跑腿”。同时，与河南省农业信贷担保有限责任公司、中原再担保集团股份有限公司等机构紧密合作，解决家庭农场、种植大户、粮食合作社、农资经销企业等主体信贷担保难问题，满足规模化、集约化生产经营需求。此外，该行还严格落实减费让利政策，积极办理“无还本续贷”，随借随还，降低农户融资成本，缓解资金周转压力。

该行组织客户经理深入乡村，开展“送资金、送服务、送知识”活动，现场受理贷款申请、指导线上用款、普及金融知识，将金融服务送到群众家门口。依托“百县千镇万村”专项行动，持续推进行政村批量授信，不断扩大普惠金融覆盖面，让更多农户贷得到、用得上、还得起，以实际行动打通农村金融服务“最后一公里”。

今年以来，该行已累计投放春耕备耕相关贷款5575万元，有效支持了我市春季农业生产，切实解决了农户的融资难题，得到地方政府和广大群众一致肯定。

赵晓会



中国邮政储蓄银行 漯河市分行

进步 与您同步

POSTAL SAVINGS BANK OF CHINA



金融资讯

邮储银行漯河市分行

强化中长期信贷供给 激活产业升级新动能

今年以来，邮储银行漯河市分行以“稳投放、优结构、提效能”为抓手，加快中长期信贷投放，聚焦制造业、科技创新、绿色发展、民营小微等领域，以精准高效低成本金融服务为地方经济注入强劲动能。

精准滴灌，为企业纾困解难。我市某金刚石制品公司为高新技术、专精特新中小企业，因推进高精度齿轮磨削加工金刚石修整滚轮关键技术研发及产业化项目出现中长期资金缺口。邮储银行漯河市分行了解情况后，快速响应，为企业发放流动资金贷款500万元，并发放2年期中长期贷款，全力保障原材料采购与项目建设资金需求，助力企业突破核心技术、加快产业升级。

加大力度，信贷结构持续优化。今年以来，该行针对小微企

业加大中长期法人贷款投放力度，较年初增长3218万元。同时，加大制造业中长期贷款支持力度。今年前两个月，制造业中长期贷款增长2000多万元。

多措并举，精准赋能重点领域。聚焦专精特新、先进制造与传统产业升级，该行线上线下联动摸排融资需求，依托随借随还产品优势引导中长期贷款，降低企业财务成本，筑牢制造业发展根基。抢抓科技创新与技术改造再贷款政策，量身定制金融方案，加大重点领域中长期贷款投放力度，推动金融资源向优质项目倾斜，激活产业升级新动能。强化民营小微企业固贷贴息政策宣传与落地，简化流程、提升效率，让小微企业贷得到、贷得快、贷得省。

孙晓蝶

警惕老年私域直播三大“坑老”陷阱

4000元1瓶的糖尿病治疗“神药”、1万元5桶的“防癌”羊奶粉、3万元1盒的降血脂黑茶……记者近日采访发现，当前一些老年私域直播通过线下引流、线上洗脑的套路，利用虚构专家人设、夸大商品功效等方式，销售一些宣称“包治百病”的“灵丹妙药”，不少老年人掉入这些“坑老”陷阱。

陷阱一：“线下引流、线上洗脑”套路老年人

近日，记者在山东一个大型社区的商业街看到，几个人在街上摆放1箱鸡蛋，当有老年人经过就会主动上前，以免费领10个鸡蛋来吸引他们加入微信群。“群里每天都会发布直播链接，不断贩卖健康焦虑，给观看直播的老年人洗脑。我的邻居被忽悠后，花4000元买了1瓶治疗糖尿病的‘神药’。后来，他发现只是普通保健品，商家以商品包装已被打开为由拒绝退款。”曾加入直播群的社区居民张礼告诉记者。

山东省消费者协会秘书处副秘书长梁峰说，老年私域直播以老年群体为专属目标，依托微信群、私域小程序等封闭式私域流量场景开展直播带货或服务推广活动。一些商家利用老年人信息闭塞、情感需求强、辨别能力弱等特点，通过多渠道引流至封闭私域，然后以虚假话术和剧情实施诱导营销。此类直播已成为消费纠纷高发领域。



新华社发

陷阱二：“包治百病”的“灵丹妙药”欺骗老年人

一些老年私域直播包装成“健康科普”“专家讲座”，通过虚构专家身份、夸大普通食品的治疗功效等方式，售卖具有“特殊功效”的产品，价格动辄数千元甚至上万元。济南市民李健升说，他的一位老年亲属听信直播群里“名医”推荐的一款羊奶粉能显著增强人体免疫力，有“预防多种癌症”的奇效，花1万元购买了5桶，但喝完健康状况并未改善；还有亲属花3

万元购买了1盒据称有降血脂、降血糖等功效的黑茶，喝完后血脂、血糖指标依然如旧。

近日，山东省消费者协会发布老年私域直播现状调查情况显示，49.66%的消费者遇到过虚假宣传，42.52%的消费者认为私域直播间内容存在违规现象。违规行为主要包括虚构专家人设、夸大商品功效（尤其涉病疗效宣传）、制造价格落差假象，影响老年人消费。

记者采访发现，私域直播商家往往将直播链接设置为内容不可回放观看，且会定期解散、重建群组，增加了消费者留存证据的难度。

山东省消费者协会调查发现，在老年私域直播消费维权方面，有85.83%的消费者有初步取证意识，但仅有14.32%的消费者有直播录屏的意识，14.17%的消费者无任何证据意识，5.38%的消费者在权益受损后选择不主动维权。同时，一些商家通过严格入群审核、责任转移、话术规避监管等手段，进一步增加

了老年人的维权成本。

梁峰认为，相关企业应切实履行主体责任，规范营销宣传内容，完善售后服务机制；有关部门进一步规范商家营销行为，畅通老年消费者维权渠道；老年消费者应增强自我保护意识，警惕“情感营销”陷阱，辨识“夸大功效”宣传，防范“低价诱导”套路，并保留直播录像、聊天记录、支付凭证等证据以便维权使用。同时，子女应多关注父母网络消费动态，主动帮助识别风险，共同守好“钱袋子”。

据新华社

消费提醒

选购黄金饰品牢记五个要

渠道要选正。消费者购买黄金首饰一定要选择资质齐全、口碑好的品牌专卖店、大型商场专柜，或者在信誉良好的正规电商官方旗舰店购买。

消费要理性。不要轻信商家“超低价”“高价回购”等宣传。购买前，最好先了解一下当日金价，特别要警惕以“金包银”“镀金”冒充纯金的首饰和来源不明、纯度没保障的商品。

信息要辨清。交易前，一定要问清楚商家的销售、售后以及回购政策，最好能白纸黑字写下来。购买时，要清楚计价方式是按克重算（价格透明适合保值）还是“一口价”（含工费，款式可能更精美），对“一口价”商品务必让商家告知具体克重，明白所购商品的单价。消费者要核对好饰品内侧的印记、标签和证书是否一

致，买按克重计价的饰品还要亲眼看着称重，并确认使用的是经检定合格的秤。黄金首饰纯度统称足金，“千足金”“万足金”的说法都不规范。

细节要理清。参与以旧换新活动要格外谨慎，消费者要提前问清楚是不是必须多加钱或必须换更重的商品，了解回收单价、损耗费、手续费等细节。旧金称重检测也要全程盯紧，务必让商家正规验金。不要轻信销售人员的口头承诺，凡是关键约定，都要落在纸上。

凭证要留好。购买黄金首饰一定要索要正规发票或收据。商品标签、检测证书、宣传单都要保管好。如果是网上购买，聊天记录、支付截图、收货开箱视频都不能少。一旦发生消费纠纷，有力的证据是维权的保障。

据《中国消费者报》

经济生活

奶茶店为何不卖小杯

走进一家奶茶店，向店员报上要点的奶茶口味，通常会被问：“大杯还是中杯？”打开外卖网页也是如此，绝大多数奶茶店提供的选项依旧是“大杯”和“中杯”。那么问题来了：小杯去哪儿了？为什么大多数奶茶店的杯型分为大杯和中杯，却没有小杯？

答案藏在“价格锚定效应”里。消费者在对价格不确定的情况下，会以某个锚定价格作为参照，来调整对商品价值的判断，进而作出消费决策。

假如某款奶茶小杯10元、中杯13元、大杯16元，顾客通常会认为小杯是基础选择，10元就是价格锚点；假如只有中杯13元、大杯16元两种选择，那么顾客会认为中杯是基础选择，13元就是价格锚点。可见，将中杯作为最小容量，可以顺势推高价格锚点，提升人们对奶茶价格的判断。

锚定价格后，消费者往往会掂量一下哪个杯型更划算。以某奶茶品牌的珍珠奶茶为例，中杯容量480毫升，价格13元，大杯容量660毫升，价格16元。大多数消费者凭感觉估算：在中杯价格上加3元能多将近200毫升，

买大杯。

对奶茶店而言，制作奶茶的原料和人工成本呈现边际递减，不同杯型的制作成本差别不大。不提供小杯选项的背后是奶茶店将价格锚点上移，并利用消费者对性价比的追求，卖出更多大杯，提升经济效益。

不只是奶茶，很多产品都运用“价格锚定效应”实现促销。比如，商场促销服装的价签上，1000元的折后价旁标着3000元的原价，将3000元当作锚定价格，折后价格就显得更加划算了。

所以这个“锚”，可以是价格、规模、功能、数字等，人们作决策或评估时往往会受到“锚”的影响，它先入为主成为影响消费者决策的“隐形之手”。但是，有了“锚”作为参照物，真的意味着“有利可图”吗？比如在快餐店，包含薯条等小食和饮料的套餐看起来比单点要划算得多，但是，你真的有需要吗？这真的是你爱吃想吃的吗？

买单之前，我们不妨冷静思考一下：值得吗？划算吗？需要吗？有了这一连三问，若还是想买，再下单也不迟。

据《经济日报》



消费维权效能持续提升

记者3月15日从市场监管总局获悉，2025年全国通过12315平台、电话等渠道共受理消费者投诉、举报、咨询4386.6万件。全年为消费者挽回经济损失43.5亿元，消费维权效能持续提升。

新华社发