

中国银行内蒙古分行开展2025年“金融教育宣传周”活动

当马头琴声穿越草原戈壁，当金融知识走进毡房社区，中国银行内蒙古分行以“文化为桥、金融为脉”的理念，在2025年“金融教育宣传周”期间联动全区12盟市，打造了一场覆盖东、中、西部，贯穿城乡牧区的金融知识普及盛宴。本次活动围绕“保障金融权益 助力美好生活”主题，结合“内蒙古地区12盟市齐开展”的要求，深入挖掘东部草原文化、中部工业底蕴、西部黄河文明的地域特质，将专业金融知识转化为群众喜闻乐见的文化表达，实现了金融教育与地域文化的深度融合。

东部地区：草原盛会传金融 马背课堂送知识

内蒙古东部以广袤草原为鲜明标识，这里的群众既保留着传统游牧习俗，又面临着现代金融风险的挑战。中国银行内蒙古东部各分行紧扣“草原文化+金融宣教”的思路，将宣传台搬到了那达慕大会的赛马场边，把金融课堂设在了牧民聚居的嘎查浩特。

中国银行锡林浩特分行以“双语竞猜传金融 暖心服务入牧家”为主题，采取“汉语讲解+

蒙古语同步翻译”的模式，由“马背金融轻骑兵”结合牧区真实案例，用通俗易懂的表述方法，通过汉蒙双语为牧民们详细解读“陌生链接勿点击”“个人账户信息不透露”等基本金融知识。中国银行呼伦贝尔分行针对牧区青壮年外出务工较多的特点，宣传队特别设计了“传帮带”讲解环节，由懂蒙古语的金融志愿者向牧民长辈耐心解释银行卡出借的风险，再由他们向子女传递金融安全意识。通辽分行结合当地农业大市特点，针对新型职业农牧民讲解普惠政策，并对其可能遇到的风险问题进行一对一帮扶讲解。

中部地区：都市社区播理念 工业重镇筑防线

内蒙古中部地区聚集了乳业、稀土、能源等支柱产业，同时也是人口密度最高、城镇化水平最高的区域。中国银行内蒙古中部各分行精准对接工业企业、都市社区和新兴产业人群的金融需求，打造了“产业场景嵌入+都市文化融合”的宣传模式。

在呼和浩特，依托重要旅游景点，开展教育宣传活动。中国

银行玉泉支行在内蒙古金融监管局及行业协会主办的集中教育宣传活动现场通过设立金融知识宣传台、金融互动小游戏等方式提升现场群众的参与积极性。中国银行中山支行组织专业团队走进呼和浩特职业学院，为广大师生带来了以“保障金融权益，助力美好生活”为主题的开学第一课，向师生们普及了账户安全、个人信息保护、防范电信网络诈骗、识别非法金融广告、理性投资理财等与师生日常生活密切相关的金融常识。中国银行包头分行赴包棉1958主题文化街区开展金融教育宣传活动。活动融合“金融教育+文化”等多维创新方式，围绕“个人银行卡使用”开展微讲座，向市民揭示出租、出借银行卡存在风险，提醒市民朋友增强安全意识，守护个人账户安全。同时活动现场还精心设置了趣味十足的游戏环节，将“金融消费者八大权益”等金融知识融入轻松有趣的游戏中，寓教于乐，加深了广大群众对金融消费者权益保护知识的理解与记忆。中国银行鄂尔多斯分行紧扣新能源产业发展趋势，在康巴

西部地区：黄河两岸传普惠 沙漠边缘守民生

内蒙古西部地区承载着黄河文化、农耕文明与沙漠生态治理的独特使命。中国银行西部各分行立足“黄河流域生态保护”和“乡村振兴”战略，将金融教育与黄河文化、沙漠治理等地域元素深度融合。

中国银行巴彦淖尔分行围绕“天赋河套”品牌建设，在河套灌区开展“金融知识进田间”行动。宣传员沿着三盛公水利枢纽周边的农田渠系，向种植大户讲解“三农”贷款政策和涉农保险知识。在甘其毛都口岸，针对跨境贸易商户开展“外汇结算风险防范”培训，结合中蒙贸易特点讲解电信诈骗等知识。中国银行巴彦浩特分行结合那达慕举办之际，组建了“驼铃金融宣传队”为广大牧民和游客带来一场零距离

金融知识宣传活动。

同心普惠润北疆 特色宣教结硕果

本次“金融教育宣传周”活动期间，中国银行内蒙古分行立足“北疆文化”建设，创新实践了“地域文化赋能金融宣教”的新模式。东部草原的那达慕盛会成为金融知识传播的大舞台，中部工业重镇的车间社区筑起资金安全防线，西部黄河两岸的田间地头播撒普惠金融种子，12盟市虽特色各异却目标一致，共同铸就了一张覆盖全区的金融安全防护网。

下一步，中国银行内蒙古分行将持续深化“地域特色+金融教育”的融合创新，重点培育“金融乌兰牧骑”队伍，开发更多适应不同区域、不同民族群众需求的宣传产品，让金融知识如草原上的春风，吹遍内蒙古的每一寸土地，为筑牢我国北方重要生态安全屏障和打造祖国北疆亮丽风景线贡献金融力量。



首发经济成推动中国城市消费升级引擎

傍晚，天津大悦城人潮涌动。盒马鲜生天津首店入口处排起长队，不少市民推着购物车兴致勃勃走进超市。超市内人头攒动，不少顾客一边挑选商品，一边拍照发朋友圈，现场热闹非凡。

“盒马的新品让人惊喜，尤其是这几款甜品，口味和创意都特别棒。”市民周女士拿着一盒刚选好的新款甜品笑着说，“店里的布置也很有新意，体验很愉悦。”盒马鲜生天津店不仅有鲜活海鲜现制区、烘焙工坊等，强化“逛吃即食”体验，还推出多款首发商品，为市民带来新奇、便利的消费体验。

今年7月，天津市商务局等8部门共同印发了《天津市推进首发经济高质量发展的若干措施》，提出通过构建首发经济生态圈、打造首发经济平台、优化首发经济发展环境，聚力打造国际国内品牌集聚地和培育地，形成“买全国、卖全国、买全球、卖全球”新局面。

近年来，天津围绕“大消费”格局系统推进首发经济，加快优质品牌和新业态集聚，把发展首发经济作为提升城市消费能级的重要抓手。一些首店“首秀即爆款”，迅速成为城市消费新地标和社交话题热点，成为“流量引擎”。

在天津万象城，大疆|哈苏融合店天津首店吸引众多数码爱好者专程前来。“我是专程从河北

赶来的，一直想试试最新款无人机，今天终于体验到了。”顾客王楠说。店内的沉浸式体验专区人气火爆，不少年轻人在现场体验大疆的新款无人机。

“我们希望让消费者在体验中感受科技与艺术的结合。”大疆|哈苏京津地区市场负责人介绍，这家融合店在设计上更注重场景化和互动感，不仅有展示产品，更为摄影爱好者、航拍用户和创意人群打造激发灵感的空间。

除了首店，天津还在积极探索场景首发。天美艺术街区将艺术展演与商业首店相结合，成为集购物、展览、休闲于一体的综合空间。作为海河青年艺术季系列活动之一，“天演论：2025海河公共艺术季”在天美艺术街区开幕，20余位艺术家以大型公共艺术作品探讨城市演进与社会变迁。游客在逛街之余，能随时邂逅大型装置艺术，在轻松氛围中，感受艺术融入城市日常生活的独特魅力。

“走在这里，转角就能遇到一件艺术作品，感觉像把展览搬进了生活里。”在天津上学的熊思莹说，她和朋友专门来“打卡”。

天津社会科学院区域经济与发展研究所研究员成文表示，首发经济已从单一的新品尝鲜，转向涵盖购物、餐饮、文旅、科技等多元融合的生活消费方式。不仅满足了个性化需求，也成为

推动城市消费升级的重要引擎。

今年上半年，天津市共引入290家首店，其中111家为品质首店。“天津正围绕首发经济高质量发展的主线，进一步细化支持举措，建立完善认定评估体系，开展新品首发系列活动，培育打造一批地标性首发集聚区或首发中心，更好满足市民个性化、多元化、品质化消费需求。”天津市商务局副局长王亚刚表示。

依托首发经济的加速集聚效应，天津不仅推动消费升级，也在培育新业态、焕发城市活力中找到了突破口，正朝着“消费首选地”“消费新风向标”迈进。

放眼全国，首发经济已成为拉动消费的重要抓手。2025年，上海推出“首发上海3.0”支持政策新品首发季，1—5月，上海新增首店365家；北京不断引进高端首店和概念店，首秀、首展成为商圈促消费的常态，满足消费者对新品尝鲜和场景互动的需求；四川成都首店落户品牌类型更加多元化，涵盖奢侈品、潮牌、餐饮、生活方式等，营造独具特色的商业空间体验……

“首发经济不仅是商业模式的创新，更是城市竞争力的体现。以‘首发’为切口，推动创新链、产业链、政策链深度融合，开辟出城市消费快速发展的新航道。”成文说。

（据新华社记者/马博文）

9部门发文支持

一刻钟便民生活圈建设扩围升级

商务部等9部门关于加力推动城市一刻钟便民生活圈建设扩围升级的通知9月19日对外发布。

通知提出，到2030年实现“百城万圈”目标，即确定100个一刻钟便民生活圈全域推进先行区试点城市，对地级以上城市主城区和有条件的县城社区全覆盖；建成1万个布局合理、业态齐全，功能完善、服务优质，智慧高效、快捷便利，规范有序、商居和谐的便民生活圈，打造500条“银发金街”、500个“童趣乐园”，推动一批基础型、提升型便民生活圈转变为品质型，居民满意度达到90%以上，商业网点连锁化率达到30%以上。

通知明确，推动业态升级。补齐社区网点短板，优先配齐基本保障类业态，发展“一店一早”，补齐“一菜一修”，服务“一老一小”，布局“一收一洗”（再生资源回收点、洗车店），推动

标准化改造升级，引进智能终端设备。把养老服务作为便民生活圈的必备业态，以及试点选取、建设、评估等工作的重要考量因素。多渠道增加公建托位供给，发展社区嵌入式托育和家庭托育点，支持有条件的幼儿园延伸发展托育服务，提升普惠托育覆盖率。引导配置特色餐饮、新式书店、宠物店等多样化业态。鼓励共享客厅、共享自习室、共享工具箱等共享经济模式。

通知要求，加强政策支持。落实每百户居民拥有社区综合服务设施面积平均不少于30平方米要求。将超市、便利店、菜市场、零售药店等纳入保障民生、应急保供体系，将智能快件箱、快递末端综合服务场所等纳入公共服务基础设施，有条件的地方可对社区食堂、小修小补等微利、公益性业态给予房租减免等支持，对社区商业中心、菜市场等项目改造给予资金补贴。

（据新华社记者/谢希瑶）