

四部门发布金融消费者、投资者合法权益保护典型案例

规范金融机构经营行为

据新华社电 最高人民法院、中国人民银行、国家金融监督管理总局、中国证券监督管理委员会10月12日联合发布六起金融消费者、投资者合法权益保护典型案例,集中展现金融审判对金融行业高质量发展的价值引领,切实维护金融消费者、投资者合法权益,规范金融机构经营行为。

据了解,本次发布的案例覆盖金融借款、基金理财、数字金融、人身保险、证券投资等多个领域,聚焦格式条款、公平交

易、适当性义务、权利救济、多元解纷等现实热点和司法难点。

在“某银行诉潘某、李某金融借款合同纠纷案”中,法院认为利率条款是借款合同的核心条款,金融机构对调整借款利率的格式条款负有提示说明义务,应及时、真实、准确、全面地披露金融消费者应当负担的费用、违约金。这一案例彰显了依法保护金融消费者的公平交易权和知情权。

在“苏某诉某银行委托理财合同纠纷案”中,法院认为某银行在销售案涉资管

产品的过程中,未以合适方式向苏某揭示产品风险、产品特性、投资方向、开放赎回安排等关键信息,未有效履行适当性义务,对苏某遭受的投资本金损失,应承担相应赔偿责任。

最高法表示,金融机构在加快开展科技金融业务的同时,也利用技术优势掌握金融交易及纠纷解决方式的主动权,对金融消费者制定了一些不合理的条件,亟需予以规范。“方某诉某基金公司财产损害赔偿纠纷案”明确,基金公司依托App技

术优势,在消费者认购产品后强制变更争议解决方式的行为不具有法律效力,彰显对金融消费者合法权利的刚性保护。

此外,在一些案例中,人民法院还针对金融案件特点,综合运用多元化解、调解和解、示范判决等工作举措,为金融消费者、中小投资者提供便捷、高效、低成本的纠纷化解途径。

下一步,人民法院与金融监管部门将凝聚共治合力,共同规范金融服务行为,依法保护金融消费者、投资者合法权益。

体验经济为内需增长注入新动能

为了一场演出奔赴一座城,为了一场夜游多住一晚……刚刚过去的国庆假期,越来越多消费者把时间和花费投入到一段独特经历、一种情绪满足、一份文化体验中。去哪儿旅行数据显示,国庆假期凤凰传奇演唱会带动济南相关商圈酒店预订量同比猛增12.8倍,拉动济南全市酒店预订增长65%;“沉浸式演出”“烟花秀”“夜游”等产品搜索量同比增长超五成。

了解一段历史、感受一种文化、获得一次共鸣,越来越多的消费者不再止步于“走马观花”“拍照打卡”,而是“奔赴热爱与深度体验”。这一趋势,成为这个黄金周鲜明的文旅消费新特点。

这一幕,更折射出中国消费市场更宏大的结构性变迁。以情绪共鸣、场景沉浸、专属记忆为核心的体验经济快速发展,成为内需增长的新引擎。

艾媒咨询报告显示,2025年中国体验经济市场规模为19.67万亿元,预计2035年将达到59.66万亿元。

□新华

一场范围广、程度深的消费巨变

每次观看完位于河南郑州的“只有河南·戏剧幻城”演出,总有年轻的观众坐在麦田边久久不肯离去。

“只有河南·戏剧幻城”是一座全景式沉浸戏剧主题公园,内部分为56个空间,融合了夯土墙、百亩麦田、地坑院等中原文化元素,拥有21个大小不一的剧场,观众可随剧情在不同空间内行走,剧目总时长近800分钟。

这里八成观众来自省外,85%的观众是18至35岁的年轻群体,重游率达到常规主题乐园的5倍。

“幻城的戏剧、建筑、音乐、商业、服务等,都围绕‘情绪’展开。”“只有河南”品牌负责人刘凯鹏将这里比喻为一个巨大的“情绪场”。

今年暑期,全国各地现场演出热度惊人。在社交平台上,“开票即售罄”是常态。有网友调侃,抢热门演唱会门票的难度,不亚于春运抢火车票。

“看演唱会更像是一次集体旅行。”从广西南宁到北京看五月天演唱会的何子昕,向记者分享了作为一名粉丝的密集行程——逛快闪店、抽盲盒、打卡朝阳公园“水上五球”艺术装置……一天行走超3万步。

据中国演出行业协会测算,大型演出对其他消费的平均带动系数达到1:6.85——每1元票房收入,能撬动近7元的衍生消费。2025年,全国5000人以上大型营业性演出在票房之外,直接撬动交通、住宿、餐饮、旅游、购物等关联消费超2200亿元。

国庆假期,这种为体验而来的消费热度在不同场景延续。

山城重庆,5000架无人机点亮夜

空,游客在光影交织中感受山城魅力;山西晋城,小南村二仙庙内,游客在900多年前的古建斗拱间驻足,一旁由闲置建筑改造的“仙阙”咖啡馆增添独特体验;多地古城、街区推出夜游、灯光焰火、非遗表演等活动,吸引游客留下来、慢下来。

外媒纷纷关注到这种变化。路透社报道称,国庆假期中国游客的旅行半径进一步扩大,延长住宿天数、深度游成为新特点。美联社关注到,北京故宫周边年轻游客体验传统服饰、妆造热度上升,人们乐意为文化体验、个性玩法和沉浸式服务买单。

体验型消费的外延,比想象的更大。多家研究机构报告认为,中国体验经济已构建起多元产业布局,涵盖文旅景区、品质住宿、演艺娱乐、特色餐饮、文创潮玩、银发康养、入境旅游等多元核心赛道,各业态跨界融合、协同发力,推动体验经济成为消费增长的新引擎。

值得关注的是,体验型消费并非年轻群体的“专利”。新中产、银发族、亲子家庭等不同圈层消费者,共同构成了体验经济多元消费基本盘。四川遂宁,6000多次老年大学学员参与养心研学游;广东珠海,模拟飞行体验点燃小朋友们的蓝天梦想;上海崇明,多处田园疗愈综合体吸引压力较大的白领群体放松身心……

国家统计局数据显示,2025年我国居民人均服务性消费支出13602元,占人均消费支出比重46.1%;全年服务零售额同比增长5.5%,增速高于商品零售额1.7个百分点,反映体验类消费持续升温。

情绪、文化、社交、审美进入消费决策清单

在很多年轻人的工位上,都摆着几件“没什么用、但看着开心”的小玩意儿;也有很多开始不买名牌包包,更愿意花小钱去露营、探店喝咖啡了。

这是否意味着消费正在“降级”?

答案并非简单的“是”或“不是”。多位受访专家表示,消费降级通常指消费者压缩非必需实物支出,转向性价比。但体验消费涵盖文旅、演出、健身、课程等,消费面极宽。若可支配收入持续下滑,体验消费同样会被削减。因此,把减少名牌消费、转向体验消费简单归因为消费降级,在逻辑上并不成立。

观察近两三年的消费变化可以发现,消费者对部分大额耐用用品和传统商品消费更加审慎,但在旅游、日常娱乐、医疗健康、教育培训等体验型、发展型消费领域,仍保有较强需求。

商务部国际贸易经济合作研究院副院长林健说,当前我国消费市场已进入“商品+服务”并重的发展阶段,随着人均收入水平提升,服务消费增速超过商品消费是经济发展的客观规律。

美国学者约瑟夫·派恩和詹姆斯·吉尔摩曾在《体验经济》一书中提出,体验经济是继农业经济、工业经济、服务经济之后,人类经济发展的第四阶段。在作者看来,服务经济以无形服务为价值载体,而体验经济则更进一步,将消费者的亲身参与和情感体验本身作为经济价值的源泉。消费者不再只是被动

接受商品,而成为体验价值的参与者乃至共创者。

前沿科技为这种价值重构提供了现实条件。

江南古典园林苏州拙政园,日场参观结束后,数字光影技术让园内亭台水榭再次“苏醒”——水面灯影摇曳,字画、花木、楼台在光影下被重新勾勒,游客沿夜游路线前行,沿途不时有昆曲唱段、古乐演奏与情景表演穿插其间。

“人工智能、大数据、物联网等前沿技术被广泛运用于体验场景的构建之中,加之我国数字基础设施和移动支付生态高度普及,线上种草、线下体验、社交分享、即时消费能够形成完整闭环。这种‘内容传播一场景体验一社交裂变’的联动能力,是许多国家难以复制的。”浙江大学管理学院教授吴晓波说。

此外,中国体验消费市场还有自身独特的“土壤”。

一方面,我国拥有14亿多人口和世界上规模最大的中等收入群体,超大规模市场的创新动力和需求包容性,为产业升级注入强劲动能。另一方面,中国传统文化资源丰富。从汉服热、非遗热、国潮消费热,到沉浸式演艺、数字文旅、文博夜游等新场景不断涌现,中国消费者日益高涨的“本土文化表达”热情,为体验型消费提供了丰厚的土壤。



外国游客在广西龙胜各族自治县龙脊镇龙脊侗寨体验水果采摘(新华)

留住人心才拥有未来

“我在XX很想你”“想你的风还是吹到了XX”……这样的网红广告牌,在各地景区随处可见。有人开玩笑说,这提供的是“没有价值的情绪”。

当越来越多地方争相布局“体验赛道”,如何避免同质化竞争、真正创造独特价值,成为行业面临的重要挑战。

“很多景区、商业区千篇一律,不同商店售卖着相似的文创雪糕,很多游客拍完照吃几口就因口味不佳而丢弃。”经常外出旅游的肖先生直言,建筑风格相似的古镇、高度雷同的民俗表演、大同小异的文创产品,都令人感到审美疲劳。

体验“缩水”的烦恼,也在新兴业态中屡见不鲜。

在重庆做兼职“剧本杀”主持人的苏畅告诉记者,“剧本杀”门店经营门槛较低,行业价格颇为突出,一些门店为了节约成本,甚至使用“10块钱3000本”的盗版剧本。“一旦消费者玩到剧情抄袭、道具缺失、错页漏字的盗版剧本,体验当然会直线下降。”

“由于体验消费高度依赖主观感受,消费者维权往往更困难。”北京市鑫诺律师事务所律师刘炳艇说,体验型消费不同于传统商品消费,其消费性质高度依赖主观感受,无法适用“七天无理由退货”等政策,建议消费者优先选择经营久、有口碑、服务信息透明的经营主体。

体验型消费同质化、空心化的原因何在?

“问题的根源并不只是创意不足。”清华大学经济管理学院副院长何平认为,一方面,体验产品具有创新投入高、回报周期长、难以标准化复制等特点,但现阶段这一领域知识产权保护力度不足,原创剧本、场景设计极易被“山寨”,导致形成“劣币驱逐良币”的市场局面。

另一方面,何平表示,消费热点快速迭代,高品质体验项目需要紧跟潮流变化,持续开展文化创意挖掘、内容策划迭代与精细化运营管理。单纯打造一处网红打卡点位门槛相对较低,但想要持续产出新意,维系消费者复访意愿,则难得多。缺乏成熟IP支撑的体验项目,红利期往往较短,也难以获得资本市场的较高估值。

政策层面,国家和地方正持续释放支持信号,引导体验型消费高质量发展。

2026年1月,国务院办公厅印发《加快培育服务消费新增长点工作方案》,明确支持发展“情绪式、体验式服务”。

近日印发的《扩大消费“十五五”规划》明确培育体验式消费,提出以消费体验为重点,培育消费新业态新模式新场景。

聚焦做优消费供给、拓展消费场景,国内城市消费培育的重心正从简单追求规模扩容,转向深耕消费品质、培育良性消费生态。

上海打造“上海之夏”“首发上海”等品牌;北京培育泡泡玛特城市乐园、首钢园等沉浸式体验消费场景;天津推动“小洋楼”活化利用,引入艺术策展、文化创意等业态;重庆依托山城特色资源,打造“江崖街洞天”特色消费场景。

体验消费模式也在不断催生新职业,孕育产业发展新空间。

梳理人力资源社会保障部发布的新职业、新工种,无人机群飞行规划员、农村集体经济经理人、咖啡加工工、旅拍定制师等均与体验型消费场景息息相关。

中国新就业形态研究中心发布的数字平台中的青年新职业趋势研究报告显示,随着人们消费观念向“体验与成长”转型,闲鱼平台涌现出“MBTI分析师”等副业,2025年此类订单量同比翻倍,超过四成的受访者表示相关副业收入占其总收入的30%以上。

而对于消费者个体而言,体验型消费本质上是一种“时间消费”。针对消费时间的制约,多地探索灵活假期模式。

“不少地方通过春秋假制度、完善带薪休假、发展夜间经济等,破除制约体验消费的体制机制障碍。”国家发展改革委国家信息中心宏观经济研究室副主任邹蕴涵说。

褪去网红流量的喧嚣,中国体验经济的长远价值,不在于短暂的打卡狂欢,而在于通过场景创新、文化赋能、服务升级,满足消费者不断提升的高质量新需求,让产业实现价值升级。只有跳出同质化内卷,深耕差异化价值,这个万亿级产业才能持续焕发活力,成为中国经济的强劲新动能。

证券情报站

A股三大指数收跌 银行板块稳步攀升

本报讯 A股三大股指10月12日集体低开。早盘两市窄幅震荡,午后则携手下跌,跌幅明显扩大。

从盘面上看,光通信、石化、基本金属领跌大市,银行板块稳步攀升,传媒、工程机械板块强势,家电、券商、铁路、公路板块活跃。

截至昨日收盘,上证综指跌0.43%,报3797.24点;深证成指跌2.03%,报12384.87点;创业板指跌2.61%,报2963.82点。当天两市成交15378亿元,较前一交易日减少3628亿元。

机构观点

中信建投:节后A股行情低于预期,科技板块成为调整重心。短期来看,根本原因是A股处于第二波杠杆结构调整期,叠加海外流动性紧缩与中东地缘扰动,风险偏好持续承压。但积极信号已开始累积,海外地缘缓和、国内稳市机制就位,同时科技板块业绩保持景气,后续若宏观扰动减轻叠加三季度业绩验证,市场预期有望扭转。

华泰证券:海外利率高位震荡,10月加息概率约两成,但年内再加息预期仍高,长久期资产估值约束尚未解除。基本面上,科技部分的细分领域仍有景气与盈利支撑,部分材料与消费细分出现边际改善,三季度报将检验修复成色。(澎湃)

纳税人税法遵从意识有效提升

前9个月信用修复总量比增30.93%

本报讯 国家税务总局12日公布的数据显示,今年前9个月,全国税务部门共停止公布失信主体12028户。其中,除依规到期自动停止公布外,1219户失信主体通过缴清税款、滞纳金、罚款后,申请提前停止公布,实现信用修复,修复总量同比增长30.93%。依法诚信纳税越来越成为经营主体的共识。

国家税务总局稽查局有关负责人介绍,税务部门近年来积极推动信用修复更便捷高效。其中包括,税务部门在向列入重大税收违法失信主体信息公布名单的当事人送达《税务事项通知书》的同时,一并送达《信用修复告知书》和《纳税信用合规建设提示书》,向失信主体深入解读政策,明确案例示范,引导失信主体积极主动进行信用修复。

根据有关规定,信用修复后,企业可重新评定纳税信用等级,融资、招投标等经营活动不再受限,重新恢复正常经营。负责人表示,下一步,税务部门在强化重大税收违法失信主体管理的同时,将持续优化信用修复流程,加强信用修复政策宣传辅导,助力更多企业重塑信用、合规经营,积极营造“知信、守信、用信、增信”的社会氛围。

中央财经大学财政税务学院院长樊勇表示,依法诚信经营是经营主体的法定义务,对于失信主体必须进行惩戒,让其在市场经济中处处受限,这是法治社会公平正义的体现,也是建设市场经济的必要举措。但惩戒只是手段,引导企业依法诚信经营才是目的。税务机关在实施失信惩戒的同时开展信用修复,既让其感受到被惩戒的“痛感”,也让其看到信用修复的希望,更有利于提升纳税人的税法遵从意识。(中新)

检查井盖运维服务国家标准发布 聚焦四大核心环节

据新华社电 国家市场监督管理总局12日通报,市场监管总局(国家标准委)近日批准发布国家标准《城市公共设施 检查井盖运维服务规范》(GB/T 48259—2026)。这个标准聚焦城市“小井盖、大民生”突出风险,针对井盖缺失、沉降、异响、翻转等安全隐患,统一城市公共区域检查井盖运维全流程服务要求,为保障群众安全出行、提升城市公共设施精细化管理水平提供技术支撑。

标准围绕巡查巡检、应急处置、维修保养、档案管理四大核心运维环节,针对群众出行反映突出的各类井盖隐患,明确可落地执行的运维技术条款。一是压实巡查巡检底线。明确常规区域井盖每周至少开展1次日常巡查,人员密集、高等级道路等高风险区域加密巡查,井盖内部开盖检查每半年不少于1次,提前排查松动、开盖破损隐患。二是明确应急处置时限。建立24小时值守机制,井盖出现缺失、塌陷险情须第一时间布设警示防护,接报修复后处置人员2小时内抵达现场,重大险情6小时内完成修补恢复。三是细化维修保养要求。对井座路面高差、井周修复、绿化带井盖安装高度作出量化指标,针对性解决井盖异响跳车、井周沉降开裂等常见问题。四是落实档案可追溯管理。推行“一盖一档案”,建立纸质与电子台账,完整留存位置、材质、巡检维修记录,实现井盖运维全过程可追溯。