

夯实“能消费”基础 增强“能消费”动能 河北培育多元化金融生态支持提振和扩大消费

本报讯(记者李国红)记者从人民银行河北省分行日前召开的2026年一季度河北省金融运行情况新闻发布会上获悉,人民银行河北省分行全力做好金融支持提振和扩大消费工作,推动全省金融系统优化资源配置、创新金融产品与服务,从供需两端发力,加大重点领域金融支持,培育多元化消费金融生态,持续培育消费增长新动能。

河北从增收端夯实“能消费”基础,深入推进普惠金融,加大对个体工商户和小微企业信贷支持力度,开展中小微企业金融服务能力提升工程,举办“个体工商户服务月”银企对接活动,围绕稳就业、保民生、促增收精准做好金融服务,增强“能消费”内需动能。截至3月末,全省普惠贷款余额1.75万亿元,同比增长17.4%。从服务端增强“愿消费”信心,指导辖内金融机构结合不同客群、不同场景,丰富消费金融服务模式,有效满足消费者的资金需求。

河北持续加大重点领域金融支持,培育消费增长新动能:支持大宗消费稳定增长。针对汽车、家电、家居等大宗消费核心领域,引导金融机构提供个人消费信贷、分期支付满减等金融服务方案,推出河北省消费金融信贷产品指南,涵盖40多款特色金融产品。指导金融机构优化汽车消费流程,为消费者提供“旧车估值+国补申领+车贷优惠”一站式金融服务,截至今年3月末,全省汽车贷款余额174.4亿元。

助力体育消费动能释放。支持金融机构与体育赛事主办方开展深度合作,为省内多场体育赛事活动提供多场景金融配套服务,形成“赛事+”产业融合发展的金融支持格局。有效满足冰雪产业上下游企业融资需求,创新“民宿乐游贷”“雪具贷”等特色信贷产品。向全省金融机构推送河北省规模以上体育企业名录376家,对接覆盖率达100%,累计投放贷款金额125.8亿元。

省农业农村厅发布防范指引 分类施策防范小麦干热风

本报讯(记者贾宏博)当前,河北省小麦陆续进入灌浆期,正是产量形成的关键阶段。据气象部门预报,5月12日至13日,全省大部将出现阶段性33℃以上晴热高温天气,局部可达36℃~37℃,中南部部分县市“干热风”气象灾害风险较高,其中衡水北部、沧州西部、石家庄东部及邯郸、邢台两市局部“干热风”气象灾害风险高。

小麦灌浆期遭遇“干热风”,易导致千粒重下降,对产量影响较大。对此,河北省农业农村厅发布防范指引,要求各地密切关注天气变化,落实落细应对措施,全力护航夏粮丰产丰收。“干热风”是小麦生育后期重大气象灾害,会加速植株水分流失、叶片早衰,降低光合作用效率,直接影响灌浆进程与粒重形成。据农技专家介绍,轻度干热风可使小麦千粒重下降1~2克,重度灾害降幅可达3克以上,对产量威胁显著。针对此次高温干热风过程,我省分类施策,明确三项关键防范技术措施。

强化“一喷三防”与叶面肥喷施,筑牢抗逆基础。对于尚未开展“一喷三防”或首次作业间隔超过7~10天的地块,要抢抓高温来临前窗口期,科学配比杀虫剂、杀菌剂、生长调节剂与叶面肥进行混合喷施,一次作业实现防病治虫、防早衰、缓解干热风多重功效。近期已开展过“一喷三防”作业的地块,可采用无人机喷施磷酸二氢钾、氨基萘叶面肥及植物生长调节剂,改善小麦生理机能,增强植株抗逆性,减轻高温热害影响。

精准实施小水灌溉,调节田间小气候。具备微灌设施的麦田,可提前短时喷灌增温降温,降低冠层温度,减轻干热风胁迫。土壤墒情偏差的地块,适时小水补灌灌浆水,既满足籽粒灌浆水分需求,又能预防干热风危害。浇水需选择无风时段,严禁大水漫灌,严防田间积水与小麦倒伏风险。

落实灾后补救措施,降低灾害损失。对未能提前防范的麦田,干热风过后要第一时间开展灌溉降温增湿,及时喷施磷酸二氢钾、植物生长调节剂等叶面肥,快速补充植株养分,修复受损功能叶片,缓解早衰影响,最大限度减轻灾害损失。

夏粮丰收事关全年粮食安全大局。我省要求各级农业农村部门加强与气象部门会商联动,加密监测预警,及时发布灾害信息与技术指导;组织农技人员下沉一线,指导农户科学落实防范措施,统筹做好病虫害防控与田间管理,坚决打赢干热风阻击战,全力夺取夏粮丰收。

长城观察

新型消费来了 如何满足“心价比”?

□本报记者 王硕



5月4日,游客在唐山市丰南区河头老街景区观光游览(无人机照片)。

新华社记者 杨世尧 摄

年轻人热衷“情绪消费”,为“懂我”下单;中年人利用“科技好物”提升生活的仪式感;老年人登上“银发专列”,享受着富有诗意的旅行……近几年,人们有了越来越多的“新玩法”。“五一”假期,携程数据显示,国内展演赛事出游人次同比增长30.6%;苏宁易购数据显示,AI智能家电产品销售同比增长63%,核心门店客流增长五成。旅游从单纯逛景到与演出、赛事叠加,购物从满足使用价值到拉升情绪价值,新型消费正在改变着我们的生活。

这一改变的背后伴着消费逻辑的深刻转型:人们消费决策的标尺正逐渐从物质获取转向精神满足,从看重“性价比”到注重“心价比”。

场景化消费:悦目更要赏心

商场不只是用来逛,还能在文创工坊里坐一下午;风景不只是看,还能与实景演出期而遇。比起简单的购买产品,如今人们更愿意为一段时光、一段经历花钱。5月1日正式开业的吴桥杂技欢乐城,游客不再只是坐在台下看杂技,而是可以在专业老师指导下学习抖空竹、转碟、柔术等技艺,身临其境“学杂技”。从观众到“主角”一步之遥,就让他们火出圈。项目负责人介绍,5天假期共吸引游客13.69万人次。

与过去千篇一律的仿古街区、文创小摊不同,可触摸、可参与、可回味的沉浸式体验更能吸引游客,因为他们的追求已经从“悦目”过渡到“赏心”。在携程研究院最新发布的《2026年度五一出游总结报告》中,邯郸凭借对独一无二的赵文化、数不尽的成语典故和丰富历史遗迹等文化资源的深入挖掘,强势上榜“深度文化旅游”热门目的地全国TOP10,与成都、西安、洛阳、北京等历史名城并列。

放眼全国,各地文旅都在尝试从“风景”到“场景”的突破。从河北唐山河头老街的游客与“诗仙李白”对诗,到江西南昌把田畦、虾塘等农事风景搬进城市公园,再到陕西西安

“长安十二时辰”主题街区全息投影复刻盛唐乐宴……优质的场景化文旅体验,始终离不开文化底蕴的内核。只有深挖当地文化特色,将非遗技艺、民俗风情、历史底蕴、乡土气息“吃得透”“融得化”,变成真正可感可触的场景,才能避免简单复制、重复堆砌,成为真正打动人的文旅IP。

个性化消费:只要“你”称心

传统消费时代,消费者被作为群体看待,商品是标准化批量供给的,随着大数据、人工智能、云计算等数字技术突飞猛进,消费者群体中的每一个“人”被清晰地显示出来,于是个性化的消费时代来了。

线下门店购买无线耳机,可以激光雕刻专属的姓名、照片、图案;线上直播售卖自家竹编产品,可以在网友建议下改造成宠物用品而走红……“反向定制”“即时定制”“深度共创”被每一个消费个体玩出了花样。

个性化消费为什么崛起?在于精准捕捉到了每一个具体的人的诉求。消费不再局限于满足基本生存,而变成个体生活态度、兴趣爱好、精神追求的自我表达。当技术创新主动拥抱这种新变化,供给与需求就产生了同频共振。外观酷似老鼠脸

形的海尔三筒洗衣机,被不少网友称赞“听劝”,因为它精准破解了消费者的洗衣痛点,袜子、内衣、外套分区洗,三筒独立驱动,还有AI识衣算法成为海尔迅速成为打开市场的一把钥匙。2025年,作为全球家电第一大技术来源国,我国家电专利申请量占全球的67.34%。当一项项用户需求变成实验室成果,多元化、多层次的消费诉求被一次次精准接住,消费也就真正回归了“以人为本”的源头。

品质化消费:暖心服务成标配

从一张球票打通全城吃住行的“票根经济”,到菜市场飘香的网红咖啡工坊,再到线上线下融合的智慧服务,时下新型消费的蓬勃兴起,始终与高品质服务紧密相伴。当人们已经对“买商品”“享便利”转而追求享受消费过程“有温度、有价值”,高品质服务也就成为激活新型消费活力的核心标配。

“五一”前后,从北国边疆到岭南大地,从燕赵故里到雪域高原,一趟趟满载地域特色的旅游专列驶入公众视野。“新东方快车”全列配置独立卫浴,干湿分离的设计兼顾私密与卫生;“锦

绣天府号”融合熊猫元素与宋代美学元素,配备星厨团队餐食……在过去,火车旅行往往与“舟车劳顿”画等号,而旅游专列的高品质服务彻底颠覆了这一认知。人们发现,精细化、人性化的服务升级,有品质的“慢”旅行,可以把旅途本身变成旅行目的地。

“五一”假期,全社会跨区域人员流动量达15.17亿人次,创历史同期新高;服务消费热度攀升,旅游游览和娱乐服务销售收入同比增长21.2%。亮眼数据的背后,离不开AI导游、智能配送等高科技服务的加持,也离不开景区公共设施的优化升级、服务模式的创新突破。

今年以来,利好于新型消费与高品质服务深度融合的政策红利持续释放,商务部等9部门联合印发《服务消费提质惠民行动2026年工作实施方案》,只有抓住政策和市场双重机遇,让新型消费与高品质服务双向赋能,才能推动新型消费市场走向成熟完善。

以人的诉求为起点,以人的体验为过程,以人的价值为终点,未来,随着科技持续赋能、文化深度融合、政策不断完善,新型消费必将释放更大潜力,让一次次消费变成更为独特的经历和回忆。

民革邢台市委举办护航企业高质量发展普法活动

本报讯(通讯员王晨)为精准服务区域经济发展,提升民革党员企业依法合规经营水平,近日,民革邢台市委发挥民革法律界别优势,依托河北中山法律服务站邢台分站,举办护航企业高质量发展普法活动。

活动中,民革党员律师围绕优化营商环境、合同纠纷防范、劳动用工合规、知识产权保护等企业普遍关注的法律议题,结合实务案例,深入剖析了企业经营中常见的法律风险点,并提出了具体的风险防范与应对策略。针对企业家代表在合规管理、纠纷处理等方面的实际困惑与需求,进行了“一对一”答疑。民革党员企业家纷纷表示,活动内容务实、指导性强,既解答了具体法律疑问,也增强了企业守法经营、防范风险的意识和能力。

此次普法活动有效实现法律资源与企业需求的精准对接,接下来,民革邢台市委将持续关注民革党员企业发展中的法律痛点,整合党内法律人才资源,依托河北中山法律服务站邢台分站阵地,探索建立常态化服务机制,为营造法治化营商环境、护航企业行稳致远贡献力量。

百姓看联播

滹沱河畔,崖沙燕回家啦



有种燕子叫崖沙燕,每年春天从南方飞回这里养育下一代。它们可是“环境挑剔党”:偏爱90度砂质崖壁,土质松软好凿洞,还得水草丰茂、飞虫充足,让燕宝宝“出门就能吃饱”。滹沱河这座沙岛,样样拿手。

2021年,正定县054县道滹沱河交通桥项目开工,施工队进场后发现沙岛上住满了燕子!工程当场停工,反复研究后决定:大桥西移40米,沙岛原样保留!

现在小燕子们正在抓紧衔草茎、推沙土筑巢呢。据监测,今年首批归巢的燕子有2000多只,到五月份雏鸟出巢时,数量会增至两万多只,到时候“万燕齐飞”,绝对震撼。

近年来,石家庄持续推进滹沱河生态治理,崖沙燕数量也在逐年增多。除了崖沙燕,黑鹇、中华秋沙鸭等14种国家一级保护鸟类也在此栖息,迁徙停留的鸟类达到了224种。

石家庄市滹沱河生态工程运维服务中心主任王辰说:“每年崖沙燕繁殖季,我们都会安排工作人员巡查,排查隐患、捡拾垃圾。今年3月还加固了围栏、张贴了护鸟标语,并协调上游水库补水,全力守护崖沙燕。”

(本报记者 戈梦涓) 扫码看视频

国网河北电力发布2025年社会责任报告

本报讯(记者蔡建刚 通讯员张莉)5月10日,第十个“中国品牌日”到来之际,国网河北省电力有限公司发布《电靓河北——2025年社会责任报告》,全面展现“十四五”收官之年电力保供、能源转型、服务雄安、惠企利民等方面的履责实践。

2025年,国网河北电力坚决扛牢电力保供首要责任,成功应对度夏负荷创新高、度冬负荷突破极值、防汛救灾等多重考验,保障了电力安全可靠供应。持续优化电网网架结构,全年投产110千伏及以上工程113项,高标准开工蒙西—京津冀±800千伏特高压直流输电工程;完成1000

千伏邢台特高压变电站扩建工程、500千伏“新一两扩一送出”等重点建设任务,高质量建成9000余项配网项目。

国网河北电力积极服务河北新型能源强省建设,持续推动能源结构向清洁低碳加速转型。2025年风光新能源装机规模5317万千瓦,占总装机比重超60%,新能源利用率96.22%。积极探索能源转型新路径,灵寿县风光储氢一体化项目按期并网,风光储、水光储、风光沼储等多元化微电网集群加快构建,推动易县抽水蓄能电站30万千瓦机组投产,储能装机达479万千瓦;推动交通、工业等领域清洁用

能,新建、改扩建充电桩1091个,全年完成绿电交易49.6亿千瓦时,绿证交易235.2万张。

高标准服务雄安新区建设,聚力打造“核心区世界级标杆、全域供电可靠性全国最高”的雄安电网。投产500千伏云阁站等9项重点工程,建成雄安新区首座“近零碳”变电站,启动区首个“双花瓣”高可靠配网,构建全电压等级电网自愈体系,打造5项低压互联示范工程,研发全国首个城市电网主配一体调度智能体。优化“获得电力马上办”服务,高效保障华能、中化总部迁址办公和420家疏解企业入驻,保障16.7万户回迁群众舒

心用电。

在优化营商环境、服务民生福祉方面,深入推进“电靓河北”五心实践,出台现代化用电营商环境二十项措施,电力护航经济十项措施,实施低压“五免”办电,保障近300个省市重点项目高效接电。推动京津冀供电服务“跨省办”,拓展一证办、刷脸办、水电气热网联办等场景,全域推广低压办电集约作业,线上办电率提升22%。全力服务乡村振兴,出台电力惠农十项措施,高质量完成4274个村级电网改造,建成100个“电靓和美乡村”、899个“村网共建”电力便民服务示范点。

(上接第一版)到了“魔窟·生死”,满脸红光与拷打画面直接冲击观众,不少人表示这是整场最令人揪心的一幕。散场后,一位带着孩子的父亲走出剧场,孩子仍在不停追问:“刚才那个人是真的把情报送出去了吗?”父亲想了想:“应该是吧,因为我们也在场。”石家庄本地观众李宇杰感叹,解

放战争的故事他听过很多遍,但都是听老人讲,从课本上看,“但这次感觉不一样,我好像真的走在了那条街上,闻到了硝烟味。这种体验,让我觉得历史没有走远。”

石家庄正太文化有限责任公司运营总监牛帆介绍,为了让人们真正“走进”1947年,剧组按照历史照片还原

了火车站、正太饭店和老街巷,墙上的标语和报纸日期都做过考据。“演员不是一直在演,而是随时准备和观众互动——你挡住了他的路,他会瞪你一眼;你站在角落里,情报可能就塞到你手里。这种设计,就是让你分不清自己是看戏的还是街上的人。事实证明,观众愿意为这种身临其境的感受

买单。”“观众愿意为‘走进历史’付费,其实是消费升级带来的变化。”河北经贸大学经济学院副院长单海鹏认为,这种消费选择说明当物质产品获取门槛不断降低,带来情绪上满足感的体验本身,就有机会成为价值的核心。