



## 银行“佛系开门” 主推银保和理财



银行开门红是各大银行、金融机构中最重要的日子,图个吉利,保佑新的一年业绩持续长虹!开门红是一种营销方式,一般指各家银行在新年期间推出的开门红产品,包括存款、贷款、信用卡、代销保险、理财、自营转型产品等。开门红一般是从每年的1月1日开始,银行和金融机构开始快速抢占市场。在春节的前后时间,人流、资金流较为集中,对银行来说,做好“开门红”营销抢得客户,基本能决定一年的“收成”。但从揽储力度来看,今年以来,各家银行相比往年普遍比较“佛系”。多家银行在存款产品“吸金”动力不足的情况下,银保合作产品以及净值型理财产品成为银行主推的对象。 ■来源:《北京商报》

### 低调的开门红销售模式

年初之际,往往正是各家银行“开门红”进行得如火如荼之时,与以往形成鲜明对比的是,部分银行并未像往年一样推出年末送礼、抽奖送礼等促销活动。

作为银行曾经的“揽储利器”,大额存单在备战“开门红”期间存在感明显下降。“我行大额存单3年期存款利率为3.55%,2020年6月存款利率就开始下滑了,之前的利率还可以达到3.8%。经济下行叠加疫情影响,存款利率未来还会一直下降,对追求收益的客户我不推荐购买。”一位股份制银行理财经理说道。

融360数字科技研究院分析师刘银平表示,2020年6月存款利率报价方式调整以来,银行长期存款利率大幅下调,很多银行的利率接近上限水平,继续上调空间有限,短期内银行存款利率预计不会大幅波动。光大银行金融市场部宏观研究员周茂华补充称,国内强化监管维护正常存款竞争秩序,市场流动性保持合理充裕,同时,银行资产端需要继续合理让利实体经济。

### 今年主推银保、理财产品

对银行来说,“开门红”最重要的指标就是创收,在存款产品“吸金”动力不足背景下,银保合作产品以及净值型理财产品成为银行主推的对象。

一家国有大行支行网点专门针对购买银保合作产品的新客推出了“预约有礼、积分换礼”活动。不少银行网点客户经理推荐了行内与保险公司合作的银保产品。“闲置

资金短期不使用可以考虑我行安全稳健的银保类产品,三年缴费,复利递增,可以将用户的资金重复利用,现在就能帮用户锁定一个长期收益。”另一家国有大行理财经理说道。

除了银保产品外,净值型理财产品也成为银行主推的对象。在一家股份制银行网点,该行理财经理介绍称,“相比其他产品来说,理财产品的投资方向较广,我行在‘开门红’期间将销售管理费和服务费让利给客户,推出的一款净值型理财产品测算后的最高收益可以达到6%”。

“资管新规”三年过渡期收官,从2022年1月1日,理财市场打破刚性兑付,实现产品真净值化全面转型,投资者必须根据产品情况和自身实际,来选择是否能够承担相应风险的产品。一位国有大行资管部门人士提醒称,未来产品净值化是发展的趋势,但是也应该看到,随着产品净值化的推进,理财产品不再保本保收益,客户需要对理财产品的风险有更深认识。

### 加强线上渠道的建设

2021年12月中旬,央行下调金融机构存款准备金率0.5个百分点(不含已执行5%存款准备金率的金融机构),释放长期资金约1.2万亿元。另为维护银行体系流动性合理充裕,央行开展了5000亿元中期借贷便利(MLF)操作和100亿元逆回购操作。

在降准“大礼包”、MLF等公开市场操作的影响下,不仅确保了市场流动性充裕,也使得银行整体负债压力减轻,从整体上削弱了银行揽储的意愿,但阶段性的放松,并不意味着银行存款压力不存在。

“央行通过降准、MLF及公开市场操作,使得银行整体负债压力减轻。”周茂华分析认为,在国内引导金融机构降低实体经济综合融资成本的思路下,银行经营思路在逐步转变,未来银行还是要在提升服务质量、产品创新方面下功夫,对客户进行分类精细化管理,满足多元需求,增强客户黏性;深耕区域市场,差异化竞争策略,同时积极拓展融资渠道。

“各银行存款利率趋同化之后,很难在利率方面展开差异化竞争,银行需要提高自身“软实力”来增强揽储竞争能力,包括提高线上渠道建设,提升手机银行、微信公众号及小程序的服务水平;增加或提高App应用场景,提升客户对银行服务的依赖性;加强客户精细化管理,注重小微客户挖掘。”刘银平说道。

## 零售数字化转型显效 兴业银行手机银行接连获奖

近日,凭借友好有温度的用户体验、安全可信的服务保障、金融科技智慧的应用,兴业银行手机银行近期分别荣获“数字金融一体化创新奖”“手机银行最佳适老化创新奖”“2021年度最佳零售银行数字化转型应用奖”以及“杰出手机银行App”等媒体奖项。

数字化时代,兴业银行新一轮五年发展规划提出数字化转型贯穿始终。该行以手机银行作为零售银行数字化转型的重要突破口,积极拥抱金融科技,全面推进零售业务数字化转型。截至2021年11月末,手机银行月活用户数达到1441万,通过线上渠道,客户购买理财、基金、保险的交易笔数在全渠道占比超过98%。

财富银行是兴业银行着力擦亮的“三张名片”之一,伴随着兴业银行全面深化财富银行数字化建设,手机银行成为财富管理业务的基础运营与服务平台,手机银行财富货架越来越丰富,常态化上架的理财、基金、保险、券商资管、实物金、纸黄金等优质代理类产品有2000多款,覆盖全市场、全谱系的财富产品和服务体系。

借助平台“智慧大脑”功能,根据客户的画像和行为,为客户提供千人千面个性化的服务和权益;为理财经理打造了专属的理财师平台——兴智汇,实现财富产品货架对境内分行全覆盖,为一线经营提供工具支持,为管理人员提供了销售数据看板,极大地提升了一线的经营效率和管理能力;推出了全新的线下财富录音录像系统,实现双录业务全机构的统一管理,AI语音播报自动双录内容,为该行财富业务数字化转型构建了良好的线上闭环渠道。

同时,该行通过手机银行的智慧语音服务功能,打造智能化、专业化、人性化的在线信用卡客服,让服务更多样化、人性化。智慧风控服务结合客户交易的时间、地点、交易对手、设备、IP等多重因子,让每笔客户交易都会通过大数据风控模型,保障客户的资金安全。

“下一步,兴业银行将持续加大金融科技投入,坚持以客户为中心,不断提升用户体验,将手机银行打造为客户服务与业务经营的平台银行,融入更多平台的生态场景,覆盖更多客群,不断提升数字化、智慧化水平。”兴业银行零售网络金融部负责人表示。 ■兴业银行

## 交通银行率先试点长三角区域 抵押登记“跨省通办”

日前,交通银行在长三角区域率先试点抵押登记“跨省通办”。这是该行便民惠企,助力长三角区域持续优化营商环境的最新举措。

交通银行通过发挥总部在沪、辐射长三角的优势,联合长三角地区规划资源局,于上海、宁波、苏州等地在同业中率先实现长三角区域抵押登记“跨省通办”,以“全程网办”实现“让数据多跑路”“让用户少跑腿”。

据了解,在长三角一体化背景下,长三角各地区经济往来更加密切,企业常以区域内异地不动产作为抵押物申请办理银行贷款。以上海不动产抵押为例,过去,如客户在异地申请抵押登记,需抵押人来沪现场办理,耗时耗力。交通银行此次实现长三角区域抵押登记“跨省通办”,极大地方便了企业办理相关业务。

2021年8月,在上海市人民政府办公厅政务服务处协调下,在上海市规划资源局支持下,交行于同业中第一家获得上海地区异地机构抵押登记直联办理的试点权限。在实现上海全域抵押登记“不见面办理”“市内通办”的基础上,通过与上海市规划资源局信息直联,进一步支持抵押登记“跨省通办”。抵押人在交行长三角区域内任一网点即可办理位于上海的异地不动产抵押权登记,并获取不动产电子登记证明。

这项举措通过信息互通,免去了抵押登记时所在地和上海间来回奔波,大幅度节约办理时间和办事成本。

交行相关负责人表示,抵押登记“跨省通办”交行模式作为“数字化新交行”建设成果,是交行服务长三角一体化国家战略、落实国务院深化“放管服”改革要求、助力打造国际一流营商环境的有力实践。交通银行将聚焦服务长三角地区的经济高质量发展、市民高品质生活和城市高效能治理,持续对接长三角区域政务服务“一网通办”“跨省通办”,在医疗、政务、出行等领域打造更多具有社会影响力、创新引领性的示范场景应用。 ■交通银行