



鲜有银行推出端午节专属理财产品 节日理财产品已“过气”？

在以往节假日里，银行常会借节日推出多项理财优惠来吸引客户。但在刚刚过去的端午假期，银行理财营销却明显“淡了”。

近期，记者走访多家银行网点发现，大多数银行并未在节日期间推出“端午档”相关主题理财产品。多家银行的理财经理告诉记者，近年来，节日款专属理财产品的“转淡”已经成为常态。当前，在理财产品净值化背景下，实际收益率与预期收益率的偏离度明显升高，靠预期收益率来吸引投资者购买理财产品的营销方式已不太奏效。

业内人士普遍认为，近年来，银行对推出节日专属理财产品的热情不高。从长远看，靠高收益揽储的时代已经过去，未来银行必须注重客群经营，提升服务质量以增强客户黏性。

银行愈发重视“服务营销”

记者了解到，今年端午期间，较少有银行对“端午节”专属理财产品进行推介，甚至大多数银行并未推出“端午档”相关产品，更多银行则选择推出端午节相关活动。

例如，在端午节来临之际，北京银行某支行网点举办了端午节主题沙龙活动，包括“团扇DIY”活动等；而江苏银行某支行则走进社区，与社区群众一起开展丰富多彩的端午节活动；另有部分银行直属支行营业部举办端午主题活动，向消费者宣讲普及金融理财知识。

“近年来，银行较少‘蹭热度’发节日专属理财产

品。”某银行理财经理告诉记者，今年该行也没有推出“端午节”专属理财。她坦言，专属理财产品业绩比较基准会略高，但理财产品净值化转型后，业绩比较基准并不意味着实际收益率。

另一家股份制银行的理财经理表示，以前，节日专属理财产品主要以短期、高收益为主，其设计的目的是为了满足不同闲置资金在假日也能获得收益的需求。但近年来，节日款专属理财产品已经“转淡”。目前银行更注重为客户提供更优质的服务，为客户的理财规划提供帮助。

从数据上来看，记者以“端午”为关键词在中国理财网进行搜索，发现仅有几款端午节专属理财产品推出，发行银行均为中小银行。

注重客群经营和服务质量

谈及近年来银行对推出节日专属理财产品的热情不高的原因，中国银行研究院博士后杜阳表示，从供给端来看，随着资管新规落地、净值化转型完成，理财业务进入高质量发展阶段。在净值化运营模式下，节日专属理财产品与普通理财产品难以形成实质性差异，因此银行缺少对该类型理财产品推介的动力。从需求端来看，价值投资观念逐步深入人心，投资者在选择理财产品时，更加关注收益的稳健性和安全性，在节日专属理财产品缺乏实质性创新的前提下，较难形成对该类产品的需求。

星图金融研究院副院长薛洪言表示，对节日理财产品而言，节日营销只是包装，较平日更高的收益率才是产品核心卖点。当前，在理财产品净值化背景下，实际收益率与预期收益率的偏离度明显升高，靠预期收益率来引导用户购买的有效性下降，同时，在当前市场环境下，底层资产波动性大幅提升，也不具备推出更高收益率产品的客观条件。当无法实现更高的收益率时，节日营销的意义也就不大。

业内人士认为，从长远看，靠高收益理财产品揽储的时代已经过去，未来银行应探索非价格竞争手段，要辅之以持续的后端服务，活动型营销应转为常态化营销加持续服务为主的模式，注重客群经营，提升服务质量，增强客户黏性。

杜阳建议，银行接下来要优化产品设计，加强对客户需求的深入研究，根据客户的风险偏好和资产配置需求，提供更为个性化的理财产品；同时要注重风险管理，加强对客户风险承受能力的评估和监控，严格控制风险，确保客户投资安全；还要提高服务水平，注重服务态度和服务质量，加强客户投资顾问的培训，提升服务的专业性、细致性和高效性，让客户真正感受到有温度的金融服务；此外，除了理财产品本身，银行理财还可以提供增值服务，比如投资咨询、财务规划、税务筹划等，以此提升银行的附加值，增强客户黏性；更重要的是，银行要提升理财金融服务的数字化水平，方便客户随时随地进行投资和查询，以此提高客户的使用便利性和服务体验。

薛洪言表示，从过去一年的实践来看，银行全面净值化运行与金融市场大幅波动重叠，导致理财产品持有体验较差，在很大程度上降低了净值化理财产品的吸引力，更多的理财用户开始追逐无风险的存款产品。对理财产品发行机构而言，需要全面提升对产品回撤的控制能力，在低回撤的基础上实现相对更高的收益，才能提升用户体验，提高理财产品相对存款产品的竞争力。

据《证券日报》

ICBC 工银信用卡



综合消费分期付款业务是指客户因有融资消费需求向我行提出信用卡专项分期申请，我行根据客户的资信状况审批专项额度后，客户使用专项额度用于依法合规的消费，并按照约定金额和期数分期偿还的业务。

专属额度 专属分期额度，不占用普通信用卡额度

价格更优 2023年6月30日前，12期限时优惠，近似折算年化利率(单利)3.64%

期数更长 最长可分5年还款，缓解资金压力

场景更广 教育、旅游、健身、家居等消费场景均可使用

使用灵活 可直接持综合消费分期信用卡绑卡消费，也可转入本人借记卡(I类)使用

中国工商银行信用卡



扫码关注官方微信公众号

注：各期限价格及办理方式详询工行网点。如转入本人借记卡(I类)使用，分期资金不支持取现、转账等现金结算类操作，可分期至6期、12期、18期、24期。