

# 多地银行提早发力“开门红”营销

致力于寻找新增长点

存款利率处于历史低位情况下,银行一年一度的“开门红”又该如何开展?据了解,多地银行“开门红”营销较往年有所提前,以便提前锁定优质客户和发力中收业务。

与此同时,银行“开门红”营销差异化也日趋明显。虽然不少地方性银行依然将揽储作为重点来做,但部分银行需求有所减弱,而多数大行策略更是明显转变,重点发力财富管理业务,在营销上也更显低调。

受访业内人士指出,银行业正在经历一场深刻的转型,从传统的存贷业务向综合金融服务转变,而“开门红”正是这种转型的缩影,映射出银行在变化的市场环境中寻找新增长点的努力。

市场的不断发展,要求银行业不断创新业务升级服务。(CFP)



## 营销节奏明显前置

据了解,往年银行“开门红”大多集中在第一季度,而今年市场节奏明显前置。自11月下旬起,已有多家银行通过召开“专项启动会”等形式,在内部下达针对资管产品销售的冲刺任务。

“最近接到的培训通知特别密集,都是关于新产品推介和营销技巧的。”一位城商银行客户经理透露,“分行已经下达明确的任务指标,要求我们梳理客户名单,提前做好预热工作。”

西安某银行个人金融部理财经理小王刚刚结束旺季营销启动会,她的朋友圈已经开始推广“开门红”专属理财产品,她说:“以往我们通常在12月中旬才启动‘开门红’,今年整整提前了两个多月。”

“对于我们这种区域性银行来说,‘开门红’就是一场全员营销战役。”上述人士进一步坦言,“我们有明确的内部动员和任务分解机制,每个员工都有具体

的营销指标。”

此外,部分全国性银行也已早早做好准备。据观察,近期中国银行、平安银行、厦门银行等银行的各地分行均已陆续就有关2026年“开门红”营销工作进行相关部署。

某商业银行分行副行长表示:“提前布局是出于多重考虑。一方面市场竞争日益激烈,优质客户和项目需要提前锁定;另一方面,净息差收窄压力下,中间业务收入成为增长点,必须尽早发力。”

据了解,截至今年三季度末,银行业净息差已降至1.42%,环比持平,但仍处于历史低位。受此影响,近期多家银行下架五年期定存、大额存单等长期限负债产品以加强息差管控。业内认为,不排除后续存款利率整体进一步下降可能。

## 财富管理成为重点

此外,相较于往年,今年部分银行对揽储需求有所减弱。在明年“开门红”

做准备时,部分银行甚至要先进行“排水”,即要求客户暂时先将资金转出。

广西某银行客户经理透露,该行目前揽储压力没那么大,甚至希望客户年底转走1000万元左右最好,等过了元旦后再转回可以算新增。

与此同时,不少银行将发力重点放在财富管理业务方面,且在营销方式上也不再通过赠送米面粮油等传统礼品方式进行揽客,而是通过费率优惠、返优惠金等更加务实的方式低调进行。

据调查,自11月中下旬以来,工商银行、兴业银行、民生银行、邮储银行等多家银行均发布相关公告,对旗下部分代销基金产品实行费率优惠,以吸引客户。

“现在客户对费率特别敏感。”一位股份制银行相关人士坦言,“同等条件下,费率优惠的产品显然更具吸引力。这是银行推出费率优惠活动的重要原因。”

另一家银行相关人士表示,“费率优惠不仅针对‘开门红’期间,更希望形成长期竞争力。通过降低投资者交易成本,

能够吸引更多资金长期留存,形成良性循环。”该行于近期推出理财产品大规模费率优惠。

日前,交通银行某分行客户经理说,该分行的“开门红”营销在形式上已转变为“财富成长计划”,通过参加并完成该活动相关指标要求,月度最高可获得280元的支付券。

据了解,近期多家银行相关营销动员会均强调要重点发力财富管理业务。11月11日,中国银行吉林省分行召开2026年个人金融条线岁末年初旺季营销活动启动大会,财富管理是其中重要一环;11月19日,平安银行南昌分行在2026年零售一季度业务启动会上表示,要“力争存款、贷款、银管、银保等业务全面开花”。

“银行‘开门红’本质上是一场客户争夺战。”深圳某财富管理公司负责人表示:“在利率下行和净息差收窄背景下,财富管理业务对银行的重要性日益凸显,这推动银行更加注重客户资产的长期留存和增值。”(中新)

年内科创债发行规模达3.18万亿元

今年以来,截至12月1日,共有3004只科技创新债券(以下简称“科创债”)正式发行,发行规模合计达3.18万亿元,发行数量及总规模相较去年同期分别增长85%和98%,为科技创新企业提供有力的资金支持。

中信证券首席经济学家明明表示,今年科创债发行明显提速,发行主体及发行规模扩容显著。发行科创债有助于帮助企业融资,为科创企业提供中长期资金,缓解融资难问题。同时,可以增加债券市场品种,满足多元投资需求,助力资本市场创新。引导资金流向科技创新领域,提高政策传导效率。

5月7日,中国人民银行、证监会联合发布《关于支持发行科技创新债券有关事宜的公告》,从丰富科技创新债券产品体系和完善科技创新债券配套支持机制等方面,对支持科技创新债券发行提出多项重要举措。

“科创债是债券市场精准支持科创企业或科技创新领域融资需求的债券创新品种,是连接资本市场和科技创新的重要桥梁。”东方金诚研究发展部分析师姚宇彤表示,科创债一方面为科技型企业发债融资提供支持举措,拓宽科技型企业的直接融资渠道;另一方面,金融机构和私募股权投资机构也可作为科创债发行主体,将募集资金用于科技贷款投放、科技创新领域投资等,引导金融资源流向科技创新领域,有助于发挥债市资金杠杆撬动作用,完善对科技型企业的全生命周期支持。

自5月份科创债新政落地以来,各类主体发行科创债热情持续高涨,资讯数据显示,截至12月1日,全市场已发行1392只科创债,发行规模超1.57万亿元。其中,交易所作为科创债重要的发行场所,目前已发行707只科创债,发行规模超7380.60亿元;科创债发行人的主体评级为AAA的债券有974只,占比70%。

在明明看来,今年科创债发行主要有以下特点:一是发行主体多元化,国企、金融机构、股权投资机构、民营企业等均参与其中;二是发行规模显著提升,且融资成本较低,利率中枢低于一般信用债;三是投向明确,资金主要用于人工智能、半导体、生物医药等前沿领域。

“随着债券条款创新、风险分担分散机制等各项支持政策的落实细化,国有运营公司、民营科创企业、私募股权投资机构等类型主体的发债门槛有望进一步降低,从而提升这类主体发行热情;同时,监管机构将科创债纳入金融机构科技金融服务质效评估体系,金融机构发行意愿或持续升温。”姚宇彤说。

姚宇彤表示,截至目前,债市“科技板”下仅无锡创业投资集团发行一只混合型科创债“25无锡创投MTN001(科创债)”,设置转股选择权,投资者有权在行权窗口期将所持有的债券转换为标的基金份额。11月初,西安钢研功能材料股份有限公司申报的全国首单科技创新可转换公司债券获批,该债券设置转股条款,将债券票面收益与科技型企业未来成长挂钩,具备股债混合属性。

姚宇彤认为,债券条款创新有助于应对科技型企业普遍存在的研发周期长、前期现金流不稳定、轻资产运营缺乏抵押物等问题,降低科创企业发债门槛,同时也可为投资者提供差异化选择,提高科创债投资价值。预计未来还会有更多科创债创新债券条款设计,如浮动利率挂钩研发成果、知识产权抵押等。

日前,中再巨灾风险管理股份有限公司(以下简称“中再巨灾”)正式发布中国地震巨灾模型3.7版本。升级后的模型不仅能更精准地量化地震巨灾损失,更为保险精算、防灾规划及应急管理提供了科学可靠的数据支持。

这仅仅是近期巨灾风险管理领域技术突破的一个缩影。被誉为巨灾风险管理“芯片”的巨灾风险模型,在灾害风险量化分析中具有重要意义。近期,行业内多个巨灾模型相继升级。10月中旬,中再巨灾发布中国台风巨灾模型2.7版本,新增了2020年至2024年影响我国的36场典型台风事件,包括2023年第6号台风杜苏芮、2024年第11号台风摩羯、2024年第

## 全力支持防灾减灾救灾体系建设 保险业升级风险管理“芯片”

13号台风贝碧嘉等,更准确地还原历史灾害场景。9月,人保财险创新推出的“PICC中国地震人身伤亡巨灾模型”,通过生成地震灾害风险地图,并叠加人口密度图层,实现对潜在损失的可视化呈现,在保险定价、损失评估、风险聚集分析等多个保险经营环节中均可发挥重要作用。

这些密集发布的技术成果并非偶然。

2024年12月,金融监管总局办公厅印发的《关于强监管防风险促改革推动财险业

连接证券。

“侧挂车”保险连接证券,是指保险公司将地震、台风、洪水等自然灾害事件或突发公共卫生事件的巨灾风险,按比例分保给专门设立的特殊目的保险公司后,该特殊目的保险公司为募集全额履行上述赔偿责任资金而发行的股权或债权型保险连接证券。此举有助于进一步拓展我国巨灾保险风险分散渠道,同时,平滑保险公司经营波动,提升保险业应对巨灾风险的韧性。

随着巨灾保险制度进一步深化、保险应急服务机制持续健全、巨灾风险管理工具不断丰富,保险业在国家应急管理体系中的功能将更加立体,为人民群众的生命财产安全筑起更加坚实的屏障。(钟欣)

公益广告  
泉州晚报社

# 安全生产 防患未然