

# 从“揽储”转向“揽资产” 银行力推“资产配置礼”

春节假期刚过,银行网点迎来一波存款高峰。“春节后,居民和企业资金从节日消费和闲置状态重新回流银行体系,形成明显的存款增长期,这是银行吸纳低成本资金、优化负债结构的重要时机。”苏商银行特约研究员付一夫表示。

为抓住这一资金回流窗口,多家银行纷纷推出以“资产配置礼”为代表的营销活动,从传统的“揽储”转向“揽资产”,通过提升零售AUM(资产管理规模),全力冲刺全年业务“开门红”。

要避免在热门的营销活动过后出现“礼送完、钱转走”的现象,银行需要从短期营销转向长期客户关系经营,要从“产品销售”转向“客户经营”,才能真正提升客户黏性。(CFP)



## 银行理财市场 “抢客战”升温 稳健型产品成主流

春节过后,居民闲置资金集中进入配置窗口,银行理财市场迎来新一轮布局热潮。多家理财公司抢抓开工季节节点,密集推出各类理财产品,一场面向节后回流资金的理财“抢客战”正式打响。

中国邮政储蓄银行研究员委飞鹏表示,理财公司集中推出开工季理财产品,主要是为承接节后回流资金与到期存款,同时在低收益环境下通过差异化产品设计提升客户黏性、强化品牌渗透,满足不同风险偏好投资者的配置需求,实现管理规模与客户群体的双重增长。

### 差异竞争态势明显

从机构布局来看,不同类型理财公司差异化竞争态势明显:国有大行理财公司侧重稳健产品线与全场景覆盖,股份制理财公司聚焦中低风险赛道,通过期限与流动性搭配构建产品矩阵。

农银理财按照风险偏好分层布局,形成“保守+稳健+进取”产品体系。现金管理类产品“农银时时付”76号支持每日开放申赎,近7日年化收益率为2.08%;稳健型产品“农银安心·天天利”(票息优选)近1月年化收益率为2.19%;进取型产品“农银进取·灵动”180天(多元平衡)近1月年化收益率达5.66%。

工银理财则构建全场景产品体系,聚焦固收增强类产品,满足投资者稳健增值的需求。其中,“天天鑫添益”采用宏观对冲策略,近1月年化收益率达2.3%,成为此次开工季专属方案中的亮点产品。

“今年开工季专属理财产品热度明显高于往年同期。”一位国有大行理财经理表示,在存款利率下行背景下,稳健型理财需求持续上升,近期客户咨询与申购量显著增加。

### 理财市场回暖可期

业内专家表示,在流动性环境保持合理充裕、节后居民闲钱集中释放的双重支撑下,理财市场已迎来资金配置“黄金窗口期”,当前市场回暖趋势明确,投资者应结合自身风险承受能力,理性选择适配产品。

苏商银行特约研究员薛洪言表示,春节假期后,居民年终奖、红包等闲置资金集中再配置窗口,稳健、灵活、适度增强成为当下理财需求的核心特征,多家理财公司推出的现金管理、固收等稳健型产品受到这类资金青睐,充分体现出节后理财市场的活跃度以及配置需求的旺盛。

政策层面,中国人民银行2月25日开展6000亿元1年期MLF(中期借贷便利)操作,对冲当月3000亿元到期后实现净投放3000亿元;叠加买断式逆回购,2月份中期流动性合计净投放9000亿元,规模较1月份略有回落但仍处高位,为理财市场平稳运行营造了充裕的资金环境。

针对节后资产配置,薛洪言表示,选择理财产品不能只关注收益率,还应重点查看底层资产构成、历史净值波动及最大回撤等指标,客观评估自身风险承受能力。在具体配置上可分层规划:日常灵活取用的资金可选择R1级现金管理类产品、短期闲置资金适合R2级持有期固收产品、中长期规划资金则可配置封闭式固收或“固收+”产品,兼顾安全性与收益性。(中新)

### “资产配置礼”花样多

与以往单纯依靠上浮存款利率吸引客户不同,近期多家银行推出的营销活动明确聚焦于“资产配置”。

据调查,目前包括国有大行、股份制银行等在内的不少金融机构,纷纷推出形式多样的“资产配置礼”活动。这类活动的奖励通常与客户在银行持有的金融资产规模或资产配置的多元化程度挂钩。

以农业银行为例,其“资产提升有礼”活动将持续至4月30日。根据2月的活动规则,客户若在当月实现月日均金融资产较2025年12月的基数有所提升,即可按提升档位抽取奖励。最低档要求提升10万元(含)至30万元(不含),可获5.2万“小豆”;最高档需提升600万元以上,奖励高达240万“小豆”。

该行明确,计入统计的金融资产包括存款、理财、基金、保险、储蓄国债,以及该行的“债市宝”“存金通”产品。

付一夫表示,银行普遍将一季度视为全年业务的“开门红”阶段,抢占这一窗口期对全年业绩至关重要。当前环境下,银行更倾向于通过“资产配置礼”而非单纯提高存款利率来吸引资金,原因有二:一方面,存款利率已处于较低水平且持续下行,单纯靠利率竞争空间有限且会进一步压缩银行息差;另一方面,“资产配置礼”能够引导客户资金从存款转向理财、基金、保险等多元产品,既有助于银行提升中间业务收入,也能通过资产配置服务增强客户黏性,符合零售业务向财富管理转型的大趋势。

### 银行发力零售AUM

付一夫分析称,当前银行密集推出“资产配置礼”等营销活动,反映出银行正在发力零售AUM。

其背后原因多样。一是随着利率市场化推进,银行依赖存贷利差的传统模式面临挑战,发展财富管理、提升AUM成为增加非息收入的重要方向;二是零售客户尤其是财富客群的综合价值更高,通过资产配置服务可以深度挖掘客户潜力,提升银行整体收益;三是金融脱媒趋势下,银行需要通过增强财富管理能力和稳固客户关系,避免资金流向其他金融机构或资本市场。

营销活动虽能在短期内带来资金流入,一个现实问题也随之浮现,当活动结束后、礼品兑完,这些资金是会沉淀下来,

成为银行稳定的AUM,还是会迅速转走,去寻找下一个“薅羊毛”的机会?

“要避免‘礼送完、钱转走’的现象,银行需要从短期营销转向长期客户关系经营。”付一夫强调。他建议,银行可从五个方面着手。一是提升资产配置专业性,根据客户需求提供个性化、持续跟踪的服务;二是加强客户教育和陪伴,帮助客户理解长期投资理念,建立信任关系;三是完善客户分层经营体系,针对不同客群提供差异化产品与服务,增强客户归属感;四是强化数字化运营能力,通过线上渠道保持与客户的日常互动,及时响应需求变化;五是注重品牌与口碑建设,让客户认可银行的服务价值而非仅受礼品驱动。(中新)

### 春节假期需求释放

## 汽车消费购租两旺

春节假期,国内汽车消费与出行市场双爆发。随着新一轮国补开启,目前汽车市场已形成“国补+区域补贴+厂促”的多重让利体系,进一步激活春节购车需求。业内人士认为,今年车市将步入总量稳增、结构优化的高质量发展阶段。

“我一个人每天就要接待七八位到店咨询的消费者,春节假期的咨询量比平时大很多。”北京合生汇乐道汽车门店销售人员表示,春节期间门店整体客流量有明显攀升。

目前,新一轮汽车以旧换新补贴申请窗口已经开通,开票价超过18.8万元的车型可享受1.5万元的置换补贴。

此外,各大车企也在春节期间给出不少优惠。例如,乐道汽车买车即赠送超

2000元的年货礼包,还有7年低息的优惠购车方案;蔚来EC6车型选择租用100度电池的,可享受一年内租一月免一月的活动;鸿蒙智行在2月3日—3月2日期间给出多重购车权益,其中问界M9享受2.5万元的现金优惠、2万元的智驾抵扣包等价值8.7万元的权益;极氪汽车则在2月给出含保险补贴、厂家补贴等共计2.2万元的现金优惠。

与购车市场同步火爆的是春节新能

源租车热潮。在9天长假、高速免费、“飞机/高铁+租车”出行模式普及等多重作用下,春运期间租车订单量创历史新高。神州租车数据显示,今年春节新能源车型预订量同比增长6倍,占租车总量的比重达42.3%,首次突破四成。

除传统枢纽城市如北京、广州、昆明、深圳、海口等凭借辐射力稳居预订量前五外,冰雪与避寒两大主题游同步升温,北向赴阿勒泰、喀什等冰雪景观目的地,

南向三亚、海口、西双版纳避寒。在乌鲁木齐从事租车业务的马先生表示,随着补能网络的完善,这两年落地乌鲁木齐租车前往各大雪场的客户中,逐渐开始有青睐新能源车型的人,“现在高速服务区、雪场附近酒店内都配备充电桩,补能便捷且在新疆几乎无需排队,所以即便是极寒地区也有选择租电车的消费者,其中四驱车型更受欢迎”。

从用户结构看,“00后”首次成为租车主力,订单量同比上涨63%。神州租车方面表示,年轻用户对个性化与科技感的追求,直接引爆新能源与特色车型的需求。同时,想在春节体验个性化车型的用户比以往多出一倍,兼具智能座舱与大空间的国产新能源车成为“过年新宠”。(钟欣)



# 旅途归程讲文明 山河万里皆盛景

## 亲情暖人间 文明幸福年

泉州晚报社 宣

泉州晚报 / 东南早报 / 泉州晚报·海外版 / 泉州商报 / 泉州网 / 泉州通

