

# “攒金豆”成新宠 银行发力小克重黄金产品



视觉中国图片

“闲钱存不住，每月攒颗金豆豆，年底就能收获一罐，看着都开心”“开始攒黄金豆了，每月存几颗，到时候打个手镯”……当前，不少年轻人正在社交平台上分享着自己的“攒豆经验”。中国证券报记者走访北京地区多家金店了解到，1克-3克左右的“金豆子”正成为年轻人的理财新宠。

在不少年轻人看来，“攒金豆”入手门槛低，既能满足自身购物欲，又能变相实现存钱投资。为了迎合年轻消费者市场，部分银行正推出“攒金豆”等小克重黄金产品。业内人士提醒，消费者需注意回购渠道及要求，以及金价波动等因素，不可盲目跟风购买。

● 本报记者 张佳琳

## 年轻人青睐“攒金豆”

7月10日，中国证券报记者走访北京地区多家金店了解到，相较于投资金条或黄金首饰，重量在1克-3克左右的“金瓜子”“金豆子”正受到年轻人青睐。

“买10颗金豆，就送个透明瓶。小金豆卖得特别多，尤其受年轻人喜欢。卖得多的时候，一天能卖几十颗。”北京西城区“六福珠宝”某店员告诉记者，相较于其他金饰品，小金豆不收取额外手工费。价格随大盘金价而定，7月10日的价格为每克521元。相比于大几千元的投资金条，以及加上手工费每克600元左右的金首饰，小金豆很适合年轻人购买。

除了线下金店，电商平台也是年轻人“攒金豆”的重要渠道。不少珠宝平台都在淘宝、京东等平台开设了官方旗舰店，并推出了金瓜子、金元宝、金大米等多种形状的产品，并联合主播在直播间里推广售卖。中国证券报记者在菜百的淘宝旗舰店里，点击某款小金豆产品，便发现其月销量高达“2000+”。

“攒金豆”为何受到年轻人的青睐？中国证券报记者调研了解到，每枚1克-3克的小金豆价格在500元-1500元左右，对年轻人而言入手门槛较低。不少年轻人表示，“攒金豆”既能满足自身购买欲，又能强制自己储蓄，以求实现积少成多，定期投资的效果。

“金豆子”类产品受到年轻人追捧的同时，也受到了银行的关注。此前，银行多将目光放在5克起步的投资金条、金币等贵金属产品上，中国证券报记者注意到，部分银行当前也瞄准了年轻人市场，推出“攒金豆”等系列产品。

近日，招商银行推出单枚1克的“攒金豆”产品，每克511.35元，价格略低于线下金店。“小克重，每月几颗。攒满小金库的时

## 新型理财方式

“开心或者不开心的时候，我就给自己买个小金豆。既能满足想消费的欲望，又能变相存钱。看着小罐子里的金豆越来越多，就特别有成就感。以后想要首饰，也能直接去金店里换。”北京上班族小张表示，攒金豆是她纾解压力的方式。

## 银行推出系列产品

候，也能攒出慢慢安全感。”招商银行北京地区某客户经理向中国证券报记者表示。此外，招商银行还上架了单枚3克，价格为1474.05元的“金瓜子”产品。

针对小克重黄金产品，多家银行还推出了金章等产品。例如，工商银行正推出1克-18克可供客户选择的“如意成长金”金章；建设银行推出5克的“玉兔献宝”金章等。

业内人士表示，作为新型理财方式，“攒金豆”可以起到强制储蓄的作用。既能避免“月光”，又给投资者带来收藏的愉悦感和满足感，给人带来一种“钱花了又没花掉的感觉”。此外，用金豆来打首饰，比直接购买首饰的费用更低。

业内人士提醒，跟风式购买的做法并不可取。“消费者通过‘攒金豆’来理财时，要区分投资金与工艺金，还需关注金价波动，以及回购渠道和要求。如果工艺附加费较高，想要出售时，可能亏损较大。金豆作为投资黄金的一个方式并无不妥，前提是在正规渠道购买，仍需注意黄金价格回落风险，不要盲目跟风去炒作。”巨丰投顾高级投资顾问李名金表示。

# 储蓄国债销售火热 利率进入“2”时代

● 本报记者 吴杨

“存款利率降了，美元存款、大额存单、银保产品利率降了，那去买国债啊！稳妥，利率又高！”家在北京西城区的上班族徐然说。7月10日是2023年第五批储蓄国债发行的第一天，中国证券报记者注意到，3年期、5年期储蓄国债（电子式）利率双双降至3%以下，较此前同期利率下降10个基点。

从销售情况来看，储蓄国债依旧热度不减，短时间内即告售罄。业内人士表示，储蓄国债具有信用等级高、安全性好、发行利率固定且较高等优点，是不少稳健型投资者的首选。

## 3年期与5年期国债利率双降

7月10日是2023年第五批储蓄国债发行的第一天。“尽管此次发行的是电子式国债，

很多人早上五点就带着小马扎过来排队了。”工商银行北京某支行理财经理表示，不到半个小时就已售罄，利率较此前6月同期限利率下降了10个基点。

财政部公告信息显示，2023年第五期和第六期储蓄国债（电子式）均为固定利率、固定期限品种，最大发行额合计380亿元。其中，第五期期限3年，票面年利率2.85%，最大发行额190亿元；第六期期限5年，票面年利率2.97%，最大发行额190亿元。两期国债发行期为2023年7月10日至7月19日，2023年7月10日付息，按年付息。

中国证券报记者梳理发现，2023年储蓄国债发行已进入第三季度。从3月开始，到7月即2023年的第五批储蓄国债发行，利率下降趋势明显。例如，5月发行的第三期、第四期储蓄国债（凭证式）利率较上月均下降5个基点；7月发行的第五期、第六期储蓄国债（电子式）利率较6月均调降10个基点，双

降至“2”开头。

利率调降并未影响投资者热情。“目前尚无5年期储蓄国债额度了，只能等下一期了。”农业银行北京某支行理财经理表示，凭证式国债额度会分到网点，但得很早排队来抢，现在更多人喜欢电子式国债。据财政部公布的2023年第三季度国债发行计划表，8月、9月将分别发行电子式国债和凭证式国债。

## “求稳”仍为理财首选

不仅储蓄国债，近段时间，定期存款、美元存款、大额存单、部分银保产品等利率均有所下调。中国证券报记者发现，低利率环境下，具有高安全性和稳定性产品引来投资者诸多关注。

央行6月29日发布的2023年第二季度城镇储户问卷调查报告表明，倾向储蓄的人群仍占较大比重。报告显示，在消费、储蓄和投

资意愿方面，倾向于“更多消费”的居民占24.5%；倾向于“更多储蓄”的居民占58.0%，比上季增加0.1个百分点；倾向于“更多投资”的居民占17.5%，比上季减少1.3个百分点。

业内人士表示，与其他个人金融产品相比，储蓄国债具有信用等级高、安全性好、发行利率固定等优势，已成为部分投资者的一致选择，尤其是风险偏好较低的老年投资者。“本来想买点储蓄国债试试，还专门定了闹钟起来抢，结果卖完了，利率还降了，白激动了。”一位来自江苏的投资者陈万表示，目前还是倾向于把钱放到较稳妥、安全性更好的产品里，利率可以不太高，保持稳定就好。

不仅投资者个人，部分中小银行理财经理在推荐产品时，也对更具利率优势的定期存款进行了重点介绍。“我行定期存款利率还是较高的，起存金额不同，利率也有所差异，有的依旧能在3%以上。”江苏银行某支行理财经理表示。

# 多家理财公司上线App 提升服务能力是关键

● 本报记者 王方圆

近期，渝农商理财推出公司App。据中国证券报记者梳理，截至目前，已有至少5家理财公司上线了公司App，还有公司公开透露建设App的计划。

对理财公司而言，建设App能使客户辐射范围更广，投资者服务更加便捷，且能突破代销渠道代销产品的数量限制。业内人士认为，理财公司建设App具有重要意义，但提升客户服务能力才是其中的关键因素。

## 推进数字化转型

6月29日，渝农商理财推出“渝农商理财App”。渝农商理财负责人表示，推出App是公司实现数字化转型的重要抓手之一，用数字化渠道为客户提供用服务。

在渝农商理财之前，信银理财、青银理财、华夏理财、宁银理财均已公开上线公司App。中国证券报记者下载上述5款App发现，各家App页面及功能较为相似，包括“首页”“产品”“持仓”“我的”等模块，并设置了公司公告栏、消保专栏、优惠活动专栏等。为方便客户使用App，部分公司还提供了开户指南等。

在注册阶段，各家App均需投资者提供

个人信息。支付途径方面，各家公司均支持绑定多家银行账户，部分银行为系统直连，部分银行为通过第三方连接。中国证券报记者尝试添加一张银行卡后，收到了银行的“开通快捷支付功能”的短信。

除上述公司外，还有部分理财公司意欲自建App。近期，兴银理财在公司公众号介绍，公司已于2022年11月成立了App建设小组。充分吸收市场成品优势，致力于在未来建设公司自有App，通过手机端增加理财客户覆盖面。

今年5月，一家头部股份行旗下理财公司高管也向中国证券报记者表示，“已经有团队在建设App了，争取今年上线。”

## 客户辐射范围更广

谈及理财公司自建App，业内人士表示，重要目的是扩大客户辐射范围，让客户陪伴更加便捷。

“特别是对农村客户而言，理财App为广大农村客户提供了全新的理财窗口，让其‘足不出户’便可方便快捷地实现财富管理。”渝农商理财负责人表示。

渝农商理财负责人还表示，理财App重视理财知识普及，精心为用户提供了丰富、简明的理财知识课程，切实切实做到了“让理

财知识进乡村”，力促农村客户理财意识、风险防范意识持续提升。

在业内人士看来，理财公司自建App具有重要意义：一是突破了代销渠道对代销产品的数量限制，二是和客户之间的联系能够更加直接和紧密。

“代销银行选择代销的理财产品只数有限，多为现金管理类、固收类产品，混合类产品和权益类产品寥寥无几。”一家股份行理财公司高管表示，自建App可以将公司全部产品“露面”，让更多客户看到公司产品。

“母行和代销渠道在展示业绩比较基准、信息披露等方面的界面设置是比较死板的，但我们自己做就能缓解一些问题。而且我们能直接知道客户是谁，维护起来也比较方便。”一家股份行理财公司产品部人士说。

长久来看，理财公司自建App具有必要性。“我们的客户范围遍布全国，但公司连自己的App都没有，这是不太合理的。”一位国有行理财公司高管对中国证券报记者表示。

## 需提升客户活跃度

业内人士认为，自建App有利于完善理财公司的销售渠道，与代销渠道形成互补。从中国证券报记者调研来看，理财公司推出

App还需解决一个问题：如何吸引投资者下载量，并提高用户活跃度。

“我都不知道理财公司还有自己的App。我还是习惯在代销渠道购买理财产品。而且我不喜欢下很多App，觉得太麻烦了。”在深圳工作的刘女士向中国证券报记者表示。上述股份行理财公司高管表示：“理财产品的交易是低频的，投资者不可能每天都打开App进行交易，而且理财公司可为客户提供资讯比较有限。”

中国证券报记者注意到，目前多家理财公司App均在首页位置推出多种优惠活动，吸引用户下载。以信银理财为例，活动期间投资者在公司App或官网账户开户即可获得活动资格，用户通过完成持仓升级任务，还有机会获得相应的购物卡权益。

一位国有行理财公司高管认为，提升客户服务能力是关键，理财公司自建App需要考虑公司有没有充足的科技人员和客户服务人员做支撑，“这些年银行理财的客户投诉压力比较大，如果推出App但客户服务能力跟不上，这可能会导致更多问题”。

理财App建设是循序渐进的过程。兴银理财表示，当前根据投入产出性价比考虑，初期将通过“钱掌柜”建设兴银理财专区的方式，实现雏形的基本功能。

# AI应用不断落地 险企深化数字化转型

● 本报记者 薛瑾 黄一灵

“最近有点‘AI（人工智能）失业焦虑’，感觉自己如果不持续学点新技能，在不久的将来，很可能就要被人工智能保险师替代了！”近日，某大型寿险公司代理人倪女士感叹道。

她的担忧不无道理。当下，和诸多行业一样，保险行业也在加速探索AI、大数据等领域的数字化投入，发力数字化建设，并越来越多地将其作为推进转型的重要抓手。

中国证券报记者从业内了解到，多家险企已经进行了数字化方案的迭代升级，AIGC（人工智能生成内容）等AI领域技术在系统内、产品端应用，正在成为行业数字化建设和赋能的新风口，智能客服、数字员工等，正越来越多地出现在保险领域。

## 科技提升效率

进入7月，多家险企陆续发布2023年上半年理赔业务报告，“科技赋能”成为此轮理赔业务报告的看点之一。今年上半年，平安人寿客户通过线上人机交互报案7000多件，平均耗时3分钟，最快仅需20秒。国寿寿险智能化处理理赔案件超710万件，理赔智能化率超70%。

信美相互人寿相关人士表示，今年上半年，该公司数智化核保升级，强化数字化核保风控，已实现大数据核保、智能核保、人工核保相融合的数智化核保模式，投保过程配置核保专家机器人与客户实时互动解答问题，全天候不间断为客户提供核保服务。比如在理赔上，在传统审核模式下，理赔案件需要人工对多达30余类理赔资料进行逐一核对，依据逾千种产品责任及条款进行责任判断，存在审核效率低、案件时效长、差错风险高等问题。引入大数据及其他前沿技术应用后，将原来由人工审核的理赔案件，由智能模型完成理赔资料自动审核、责任风险的主动识别及赔付金额自动计算等流程，全程实现无人工干预，有效缩短查勘时间，提升结案时效。

大家人寿总经理助理刘树杰也表示，大家人寿通过大数据、AI等新技术，来实现智能承保、智能保全、智能理赔、智能客服，用AI替代人力，优化运营作业流程，最大程度地降本增效。

## 多场景应用AI

“金融、保险行业天然有着海量数据规模，所以AI技术一直扮演了重要的业务助推器作用，不管是精细化营销做增量，还是精准风控做减损，或者是自动化营销提效能，都实实在在带来了业务价值提升。”众安保险首席技术官蒋纪匀表示。

“科技给保险业带来的变革是全方位的。它不仅重塑了保险公司的营销、定价、风险管理等传统业务，也促进了新的产品形态和服务模式的出现。”大家保险信息中心总经理郝晓波指出。

“AI在保险领域应用场景非常广泛，包括保险营销、承保、核保、理赔、客服及运营等。”中关村科金保险事业部负责人夏琛表示。

夏琛表示，在客户服务与销售场景，通过使用自然语言处理和机器学习算法，AI可以提供“7×24”小时的在线客户支持，并回答客户的问题。AI还可以分析客户的需求和行为，为销售团队提供个性化的推荐和营销策略。在理赔场景，通过使用自然语言处理和图像识别技术，AI可以自动化理赔流程，提高效率和准确性。在运营场景，通过构建智能质检系统，引入智能语音、自然语言处理、大数据等技术，自动检测分析联络中心的海量交互数据，通过人机结合方式大幅提升质量管理的效率和覆盖率。同时通过对质检数据的分析，主动发现潜在的运营风险和商机，帮助保司全面提升运营效率。

## AIGC等前沿技术成热门领域

在发力数字化转型过程中，多家险企将AIGC作为热门探索领域，持续投入研发力量。

众安保险总经理姜兴认为，保险行业具备AIGC应用发展的天然土壤。“通过AIGC的应用，我们可以预见，未来代理人能够轻松生成千人千面的私域营销素材；精算师可以以不同险种，智能匹配生成精准的赔付率；客服可以实时识别用户状态，推荐最适合的产品方案和服务；看护机器人将更智能、更人性化，有望成为健康和养老保险的标准服务。”

大家保险相关负责人表示，目前来看，AIGC等新一代人工智能技术在智能客服、客户经营、流程自动化、新产品研发、风险管理以及行政办公方面都有创新应用空间。大家保险将积极推动AIGC技术在公司内部的研发与应用，不断创造新的机会和竞争优势。

“由于近年来人工智能成本降低，保险机构在人工智能领域开始大量投入，风控模型、营销模型、推荐算法等开始大规模普及。AIGC技术的兴起，放大了技术的通用化能力，降低了金融机构尝试新内容和新技术的门槛。尤其对于中小保险机构来说，这有可能是中小保险机构弯道超车的机会。”蒋纪匀说。

夏琛表示，保险公司加大投入AI所带来的“性价比”非常可观，并将对保险公司产生多方面积极影响，包括提高保险公司的运营效率和成本控制、改善保险风险评估和精算能力、提升保险公司的客户体验和个性化服务、改善保险欺诈检测和风险管理能力等。