

# 科技金融万亿资金奔涌之下 银行与企业正在双向奔赴

“我们会将税收数据纳入进来,给企业的创新实力画像,为白名单企业量身定制服务方案,解决其技术、资金等难题,这样做更靠谱。”一位股份行人士告诉中国证券报记者。

在科技金融这片热土上,数万亿元资金如潮水般奔涌,各家银行纷纷加入这场激烈竞争,竞相为科技型企业提供贷款支持。从比拼价格到比拼额度,再到比拼效率,银行无不使出浑身解数,力求脱颖而出。

11月,记者走访调研了厦门等地的银行、企业、产投公司。面对科技型企业独特的融资需求和风险特征,银行积极寻求突破:下沉金融服务、迭代风控逻辑、优化信贷审批模型、强化生态运营……在这场科技金融的变革中,银行如何在风险与收益之间找到平衡点,建立起与科技创新相适应的金融体系,成为各家银行争抢科技金融新蛋糕的关键命题。

● 本报记者 吴杨



视觉中国图片

## “让服务再沉下去一些”

“让服务再沉下去一些,更精细化一些。”在走访调研过程中,当问及如何应对科技金融领域激烈的竞争,记者不止一次从银行人士处听到这样的回答。

11月的鹭岛,偶有海风拂面。在厦门国际银行的办公室内,该行副行长黄大庆一边在电脑屏幕上演示如何操作智慧营销平台“企管家”,一边向记者介绍其强大的功能:“只要在平台上输入客户名字,客户的股权结构、专利信息、舆情、在我行资金往来,以及近期调研走访情况等都会一清二楚。它能帮助我们发现市场机会,也能帮助我们扩大对科技型企业的覆盖面。”

“为进一步提升产业服务的专业化水平,我们走访了超80家同业机构,学习借鉴同行的经验做法。”黄大庆表示。目前,该行产业专业

化工作持续推进,已形成产业专业化2.0版“33+18”条细分赛道、对应策略,重点产业包括新能源、数字制造、生物医药、人工智能等。

兴业银行则以“政策链、创新链、资本链、产业链、人才链”为核心,搭建生态伙伴体系。“在此基础上,我们将工作沉下去,为生态伙伴提供金融和非金融服务。例如,我们可以做一些撮合和转介工作,帮助企业了解政策、对接需求。”兴业银行厦门分行相关人士表示。

“服务好不好,问支行信贷经理就好了。”今年以来,“科技支行”成为银行业科技金融的热词。1月,浦发银行在上海、广州、合肥等地挂牌科技支行或科技特色支行;5月,民生银行西安分行挂牌成立两家科技金融特色支行。截至2024年10月末,厦门市共设立科技支行、科技

特色支行等33个服务科技型企业的部门及特色分支机构。

此外,聚焦种子期、初创期、成长期、成熟期等企业发展的不同生命周期阶段,为满足企业多元化需求,银行不断创新金融产品与服务模式。厦门银行副行长刘永斌介绍,针对初创期和成长期企业,该行提供“增信基金贷款”“快e融”“科信贷”等线上产品,实现了降低门槛、提高额度、简化手续、加快放款等服务方面的升级;针对成熟期科技企业推出“技改升级贷”“高新贷”等产品,助力企业增资扩产。

当金融服务“沉下去”之后,大多数科技型企业对银行服务的体验感有了明显提升。

“去年10月以来,连续有几家银行主动找到我们,询问金融需求,对接信贷产品,在推介

业务的同时与我们‘话家常、拉近乎’。对于如此贴心的银行信贷服务,我还挺吃惊的,甚至有些不习惯。”陕西某科技企业的一位高管向记者如此描述了近期见闻。他还提到:“银行提供了各种创新信贷产品,比如知识产权可以作为抵押物。即便公司盈利较少、现金流不足,也可以获得信用贷款。”据悉,该公司是国家级“小巨人”企业,有比较稳定的现金流,但有时在原材料供应等方面存在资金缺口。

服务“沉下去”后,企业贷款可得性明显提升。中国人民银行11月8日发布的数据显示,2024年三季度末,获得贷款支持的科技型中小企业、高新技术企业分别为26.21万家、25.79万家,获贷率为46.8%、55.7%,获贷率均比去年同期有所提高。

竞争优势。最终企业如何选择还得看其自身考量。”一位行业人士表示。

“资质较优、体量较大的成熟期企业往往具备更强的议价能力。”一位股份行投行部人士表示,给科技型企业提供金融支持,本就不是一家银行的“独角戏”,“尽管市场反映,当前产品存在一定同质化,但各家银行贷前、贷中、贷后服务的精细化程度终究存在差异。”

中国人民银行11月发布的《2024年第三季度中国货币政策执行报告》显示,2019年8月到

2024年8月,7天期逆回购利率(政策利率)累计下调0.85个百分点,存贷款利率与政策利率调整幅度存在较大偏离:1年期LPR累计下降0.9个百分点,银行贷款平均利率降幅为1.9个百分点,定期存款平均利率的降幅则仅为0.5个百分点。

“主要原因在于市场竞争激烈,银行内卷严重。例如,在贷款方面,利率下行快,在有效信贷需求不足情况下,银行过度竞争贷款,部分贷款利率特别是大企业贷款利率明显低于同期限国债收益率。”《报告》解释称。

# “0费率”“1分钱起购” 理财公司年底竞赛频出招

● 本报记者 石诗语

临近年底,理财公司降费大战愈演愈烈——为吸引客户,有公司一天发布十余条费率优惠公告,也有公司将费率直降为0。

2024年收官在即,理财行业竞争加剧,加之近期股市回暖,理财市场存在资金流出压力,理财公司迫切希望通过降费等手段化解眼前的“内忧外患”。

业内人士认为,从短期来看,降费直接降低了投资者的交易成本,能吸引更多投资者参与,提升市场活跃度,同时可能对银行的中间业务收入产生一定影响;从长期来看,过度依赖费率优惠来吸引客户,不利于行业的健康可持续发展。理财公司应不断提升投研能力,通过为投资者创造价值的方式,提升理财产品的吸引力。

## 理财公司密集降费

“目前申购富竹固收安心封闭89号产品可享受费率优惠。”11月21日,民生银行北京西城区一家银行网站的理财经理告诉记者,“从今天起,这只产品固定管理费费率从0.50%下调至0.02%,现在购买很划算。”

记者从多家银行了解到,截至目前,已有中银理财、交银理财、招银理财、民生理财、光大理财、华夏理财等多家理财公司发布费率优惠公告,对旗下多款产品实施阶段性降费。例如,民生理财11月19日连发12条费率优惠公告,主要

“ 近期理财行业竞争加剧,为了在同质化严重的市场中脱颖而出,降费成为提升产品吸引力、争夺客户的重要手段,理财公司期望通过更具吸引力的成本结构获得更多市场份额。”

涉及部分产品固定管理费、销售费、托管费费率

阶段性调整,有些费率最低下调至0.01%。中银理财近期也密集降费。据记者不完全统计,11月以来,中银理财陆续发布47条理财产品费率优惠公告,包括对部分前期已下调过费率的产品进行二次降费。例如,该公司10月17日发布公告将“中银理财—新城镇惠盈固收(封闭式)2024年04期”的产品固定管理费费率由0.12%(年化)下调至0.10%(年化),11月7日宣布对该产品固定管理费费率进一步调降,由

0.10%(年化)下调至0.05%(年化)。

此外,记者发现,各家理财公司费率优惠程度越来越“卷”,甚至有理财公司对部分产品执行阶段性“0费率”。例如,光大理财11月19日宣布,自11月21日起,将“阳光碧乐活100号”理财产品R类份额的销售服务费费率由产品说明书约定的年化0.2%降至0。

除降低理财产品费率外,下调理财产品购买门槛是理财公司揽客的另一“杀手锏”。

建信理财日前发布公告称,将“建信理财惠众(日申月赎)固收类产品(中包)第1期”等7款固收类理财产品的起购金额和递增金额规则,由“1元人民币起购,以1元人民币的整数倍递增”调整为“0.01元人民币起购,以0.01元人民币的整数倍递增”。

## 竞争激烈是主因

谈及近期理财公司降低产品费率、购买门槛的现象,多位业内人士认为,应对激烈的市场竞争是理财公司打价格战的主要原因。具体来看,竞争压力既来自行业内部的比拼,也来自近期基金、证券等机构对理财市场资金的分流。临近12月,各家理财公司纷纷开展业绩冲刺,竞争愈发激烈,为打好收官之战,费率优惠成为不少理财公司的优先选择。普益标准研究员屈颖认为,近期理财行业竞争加剧,为了在同质化严重的市场中脱颖而出,降费成为提升产品吸引力、争夺客户的重要手段,理财公司期望通过更

## 探索风险容忍机制

“小微型科技企业普遍具有轻资产、投资周期长、发展不确定性强等特点,一方面,信贷投放与企业轻资产、缺担保等特征不相适应,加上科技创新本就风险性较高,大部分银行不会顶着贷款收不回来的风险去放贷,风控体系和风险分担补偿机制尚待完善;另一方面,看懂企业、评估其成长性是一件很难的事。”华南地区某农商银行人士直言。他戏谑道:“尽管我拿到了同业对科技型企业的打分表,各项评价指标一目了然,但真的能照搬到我在的银行吗?肯定不行,因为每家银行把控风险的尺度有很大差异。”

看懂科技型企业的价值与潜力是银行贷款前要做的重要工作。厦门市税务局从税收角度探索编制了企业创新税收指数。该指数运用涉税信息中的创新因子,构建起涵盖“创新投入、人才支撑、市场认可、政府支持、外部评价”5个维度35项指标的科技企业创新能力评价新体系,并通过该体系为企业精准画像,助力企业解决技术、资金等难题。

“我们会推动创新指数应用于金融场景,引导银行将其作为授信审批的重要参考依据,解决银企信息不对称、创新评估不精准的问题。”中国人民银行厦门市分行相关负责人表示,截至2024年10月末,厦门市银行机构累计发放“新质贷”5.7亿元。

从宏观上来看,中国人民银行公布的数据显示,2024年三季度末,科技型中小企业、高新技术企业本外币贷款余额分别为3.19万亿元、16.03万亿元,同比增长20.8%、9%。

值得一提的是,为加强科技型企业全生命周期金融服务,多家银行进一步优化管理制度,包括优化科技金融业务尽职免责机制、适度提高不良贷款容忍度等。“目前,我实行的是,对小微型科技企业不良贷款的容忍度较各项贷款不良率高3个百分点。并且,当地政府用‘真金白银’支持科技型企业,为银行分担信贷风险。风险补偿由政府 and 银行按规定比例分别承担。”前述股份行厦门分行人士表示。

多位业内人士在接受记者采访时表示,发展科技金融需要学会借力,构建开放金融生态。今年6月,中国人民银行等七部门联合出台的《关于扎实做好科技金融大文章的工作方案》提出,打造科技金融生态圈,鼓励各地组建科技金融联盟,支持各类金融机构、科技中介服务组织等交流合作,为科技型企业提供“天使投资—创业投资—私募股权投资—银行贷款—资本市场融资”的多元化接力式金融服务。

厦门产投有关人士表示:“搭建有利于科技型企业存活和壮大的金融生态,是各地提升科技金融服务水平的重点工作之一。在管理基金的过程中,我们已经从原来更多是‘观察员’的角色,转变为‘服务员’的角色;由原来的合规管理,到现在协助基金及基金被投资项目从当地政策传达与解析、产业链研究与联动、资本市场对接等多方面与产业方深度绑定,强化彼此的互动性、提升基金对产业方的影响力,例如协助政府部门召开政策宣讲会、组织基金被投资项目与本地链主企业对接会,推广产品、促进产业链企业互动。”

具吸引力的成本结构获得更多市场份额。

“近期多项利好政策的出台激发了资金进入股市的热情,以固定收益类产品为主的理财市场面临资金流出压力。理财公司试图通过降费的方式应对市场竞争,促进销量增长,以量补价带动收入提升,并进一步巩固和扩大市场份额与客户基础,提升品牌价值。”中国银行研究院行业与综合经营团队主管邵科表示。

此外,在近期债市波动加大背景下,固定收益类理财产品的收益水平受到一定影响,为了保障投资者的利益,理财公司主动降低费率,减少投资者的成本负担,增强客户对公司的信任和忠诚度。同时,降费举措也可以在一定程度上缓解产品收益波动给理财公司造成的压力。

而降低理财产品的购买门槛,增加了投资的灵活性和便利性,可以吸引更多小额投资者。融360数字科技研究院高级分析师艾亚文分析称:“此举可以吸引更多初次接触理财投资的客户,有助于理财公司扩大客户基础,提高市场占有率。”

然而,也有业内人士认为,降费并不是投资者购买理财产品的决定性因素,费率下调对产品收益端的贡献也十分有限,但可以此为契,传递出理财公司对自身投资能力和市场发展的信心,同时达到一定的产品宣传效果。

## 需深耕投研能力建设

业内人士认为,降费策略只能是理财公司

的“缓兵之计”,长期、更有效地吸引客户才是解决问题的关键。从短期来看,降费直接降低了投资者的交易成本,能吸引更多投资者参与,从而增加交易量,提升市场活跃度,同时也可能对银行的中间业务收入产生一定影响。从长期来看,过度依赖费率优惠来吸引客户,不利于行业的健康可持续发展。

“理财公司应加强投研能力建设,做好理财资产配置,应在保持理财产品安全稳健的前提下,提升投资收益率,通过为客户创造价值的方式提升理财产品吸引力,更好地服务投资者。”中国邮政储蓄银行研究员娄飞鹏说。

光大证券金融业首席分析师王一峰告诉记者,提升投研能力是理财公司打造综合竞争力的重中之重,也是财富管理行业努力的方向之一。“相较公募基金等资管机构,理财公司可配置的资产种类更为丰富,应持续提升多资产、多策略的大类资产配置能力,并借助更有效的投研一体化机制,提升研究的综合价值贡献。”王一峰表示。

此外,招联首席研究员董希淼认为,投资者不应将费率高低作为选择理财产品的关键因素。投资者应基于自身的风险偏好、流动性需求、投资能力等因素配置资产,选择适合自己的理财产品。同时,投资者也不能因理财产品购买门槛降低而盲目投资,低门槛并不意味着低风险,应清楚认识自身的风险承受能力,谨慎选择投资产品。