

存款利率上调 大额存单上新 代销基金费率打折……

“规模情结”难解 银行开年抢客

一季度通常是银行销售旺季，步入2025年，多家银行频繁推出促销举措：部分银行逆势上调存款利率，此前“一单难求”的大额存单迎来密集上新、代销基金产品交易费率1折优惠、消费贷利率降至“2”字头……

记者在调研中发现，银行业2025年一季度营销活动呈现较多新变化。例如，近年来，不少银行在监管部门要求下逐渐淡化开门红营销，2025年开展开门红营销的银行数量有所减少。但一些银行的“规模情结”“短期主义”仍然存在，在岁末年初加大营销力度、冲规模的现象可能难以彻底改变。业内人士认为，诸如降低基金申购费率、上调存款利率等行为，短期内有助于银行提升竞争力，但从长期来看，这些举措不具有持续性。

越来越多的银行已经意识到，内卷式的过度竞争不利于行业可持续发展，尤其在净息差持续收窄的背景下，短视地追求规模并不可取。业内人士认为，银行应坚持走高质量、集约化发展之路，通过提升非息收入、优化资产负债结构、加强风险管理等方式应对净息差收窄压力，保持持续盈利能力。

● 本报记者 石诗语



贝莱德建信理财王登峰：

对银行理财发展充满信心 练好投研内功是关键

● 本报记者 陈露

“我从2023年底加入贝莱德建信理财开始接触银行理财行业，这为我打开了新世界的大门，行业有很多可圈可点、可以大有作为的地方。”贝莱德建信理财副总经理及首席固收投资官王登峰近日在接受中国证券报记者专访时表示。

记者在与王登峰的对话过程中，可以明显感受到他对银行理财行业充满热情。一年前，王登峰从公募基金行业转身投向银行理财行业。这一年里，银行理财行业持续变化，作为亲历者和见证者，王登峰对行业有了更深的理解和思考。

王登峰表示，对银行理财行业发展充满信心。在他看来，银行理财公司脱胎于银行，有稳定的客户基础，同时银行理财产品类型、投资策略较为多元，具有独特优势，未来应通过发行多样化的产品、提升投研能力、做好投资者陪伴等方式锻造核心竞争力，促进行业高质量发展。

看好债市长期投资机会

2024年，债券市场保持牛市行情，10年期国债收益率不断下行，近日一度下探至1.6%，刷新历史新低，债券市场后续如何走引发市场热议。

短期来看，王登峰对债市行情保持谨慎。他认为，市场利空因素开始累积，债市短期存在震荡风险，预计提振经济政策将对债市表现产生一定影响。2024年年底，机构“抢跑”行情较为明显，造成债券估值处于较高位置。

存款利率逆势上调

开年以来，凤翔农商行、荣成农商行、海阳农商行、寿阳汇都村镇银行、黄石农商行、石首农商行、武乡农商行等多家银行逆势上调存款利率。

例如，武乡农商行2025年1月10日发布最新存款执行利率，与该行2024年11月公布的存款执行利率相比，三个月、六个月定期存款利率均上调20个基点，一年期、二年定期存款利率均上调30个基点，三年期、五年期定期存款利率均上调35个基点。

寿阳汇都村镇银行近期发布上浮存款利率公告，自1月4日起，该行一年期、二年期、三年期、五年期定期存款利率分别上调至1.80%、1.85%、2.15%、2.15%。

多家银行的工作人员向记者表示，此次上调存款利率是阶段性的，预计后续会调整回此前水平。“目前三年定期存款2.2%的利率是开门红期间的利率水平，额度有限，存满就没有了。”黄石农商行一家营业网点的工作人员告诉记者。

招联首席研究员董希淼表示，当前部分银行存款利率逆势上涨，一定程度上是出于开门红揽储的需要，属于阶段性、季节性现象，且上调存款利率的银行多为中小银行，不会在行业内形成普遍性趋势。

除存款利率上调外，此前“一单难求”的大额存单产品也迎来补货小高峰，不少银行近期限时限量推出大额存单产品。例如，岑溪农商行1月7日至31日发行2025年第一期大额存单，起存金额20万元，三年期利率2.6%，发行额度2000万元，不能部分提前支取，但可提前结清。咸宁富民村镇银行近期发行2025年大额存单产品，一年期、二年期、三年期利率分别为2.1%、2.4%、2.95%，认购起点金额均为20万元。

银行减费让利

除加大存款利率的吸引力外，减费让利也成为多家银行在客流旺季的主要营销手段。

近期多家银行掀起代销基金产品降费潮，部分基金产品的申购、定投等费率最低降至1折。

兴业银行近期发布公告称，经与兴业基金管理有限公司协商，决定于1月8日至21日，对该行代销的兴业上证180指数型证券投资基金A类份额开展基金认购手续费率1折优惠活动。

民生银行此前也发布了代销基金降费公告，覆盖的产品范围更广。民生银行表示，经与相关基金管理人协商，决定于1月1日至3月31日对超400只证券投资基金开展申购、定投费率1折优惠。此前，民生银行曾发布过相关降费公告。2024年12月26日，民生银行宣布2025年一季度对其代销的28款基金产品的前端申购费率执行5折优惠。

除股份制银行外，农业银行、交通银行等国有大行也积极加入降费大军。

“目前我行代销的公募基金Y类份额享受申购及定投交易费率1折优惠。”农业银行北京地区一位理财经理向记者表示，“本次参与交易费率优惠活动的基金产品为我行个人养老金专属产品，客户需开通农行个人养老金账户才能参与购买或定投，参与活动的产品有很多，具体产品目录可以通过手机银行App查看。”

在不少业内人士看来，银行密集推出代销基

金费率优惠政策的原因并不复杂，一方面，银行通过“以量补价”策略提升中间业务收入；另一方面，银行加速向买方投顾转型，让利投资者。基金销售市场竞争日益加剧，降费成为不少银行的应对策略。周茂华认为，银行通过调降相关费率来吸引客户，增加市场份额，有助于其保持竞争力，提升投资者的获得感。

此外，下调个人消费贷利率也是银行年初营销活动中的常规操作。宁波银行北京丰台支行的一位工作人员告诉记者：“1月31日前，我就宁来花产品推出新客户福利，首借利率可低至2.88%，最高额度20万元，线上办理，最快10秒审批，随借随还，不用不收利息。”

而较少参与价格战的国有银行，部分个人贷款产品最低利率降至3%以下。“我行近期主推随心智贷产品，目前申请该产品并用款，有机会领取最高300元立减金权益，活动4月10日结束，先到先得。”中国银行北京西城区一家营业网点的客户经理向记者推荐，“该产品年化利率2.9%起，按日计息，不需要您提供任何担保或抵押，随借随还，最高获批额度30万元。”

星图金融研究院副院长薛洪言表示：“年初银行加大贷款投放是惯例，且临近春节消费旺季，用户贷款需求增加，适合推出营销活动。”

光大银行金融市场部宏观研究员周茂华告诉记者，部分中小银行调整存款利率与其现阶段揽储需求、负债能力与经营情况等因素密切相关。通常情况下，由于中小银行在网点布局、品牌价值、客群基础、产品服务、融资渠道等方面与大行存在差距，市场份额相对较小，为了吸引更多存款，可能采取高利率策略，与大型银行形成差异化竞争。

注重可持续发展

记者调研发现，银行2025年一季度营销活动较多变化。一方面，与往年几乎全行业参与开门红大战相比，2025年开展开门红营销的银行数量有所减少；另一方面，开门红营销出现冷热不均的态势，区域性中小银行开门红营销力度依然较大，而股份行、国有行开门红营销热度明显下降。

对于地方银行而言，开门红仍然是一场攻坚战，召开内部动员大会、签“军令状”、下达任务指标等成为银行激励员工的主要方式。不少银行在动员大会上明确，将网点及个人业绩完成情况与绩效工资完全挂钩并实行末位淘汰。

反观部分股份行及国有行，开门红营销有所弱化，更多强调旺季中的综合服务。不少股份行及国有行相关人士向记者表示，往年开门红活动开展得很早，一般在上一年度的四季度银行就要着手营销相关福利活动，为次年开门红打好基础。但2025年并没有推出开门红活动专属产品，仅有部分存贷款产品利率在春节前有所优惠。

尽管如此，银行在岁末年初加大营销力度、冲规模的现象可能难以彻底改变。“虽然这两年行里有意淡化开门红概念，也不鼓励冲时点拉存款、投贷款行为，但开门红指标压力、同业竞争压力依然存在。另外，调整业务节奏、改变营销习惯不是一朝一夕就可以完成的，需要有意愿、平滑地过渡。”某股份行个人金融业务相关负责人向记者表示。

如今，越来越多银行意识到，内卷式的过度

竞争不利于银行业可持续发展，尤其在当前净息差持续收窄的背景下，短视地追求规模并不可取。

近年来，监管部门也要求银行业摒弃规模情结，优化资产负债结构、平衡规模与效益，减少对开门红的依赖，将原来注重时点的考核模式逐渐改为注重日均或月均规模的考核模式。

展望2025年，业内人士认为，净息差收窄压力仍存，中间业务收入面临下行压力，零售贷款领域资产质量继续承压，银行业面临较大的业绩压力。

“银行要摒弃规模情结和速度情结，坚持走高质量、集约化发展之路，保持发展的稳健性和持续性。”董希淼表示，存款并非越多越好，而是要综合考虑业务发展需要、资产负债结构等因素，适时合理地吸收存款，并持续降低负债成本，努力保持净息差基本稳定。

上海金融与发展实验室主任曾刚认为，2025年经济复苏的力度、货币政策的调整节奏以及银行资产负债结构优化的进展将是影响银行净息差的主要变量。

“随着存款定价下行，预计2025年净息差将出现回升，但幅度有限。不同银行的资产负债结构不同，净息差变化情况可能出现分化。”曾刚表示，“银行业应通过提升非息收入、优化资产负债结构、加强风险管理等方式来应对净息差收窄压力，保持持续盈利能力。”

出。”王登峰说，“可以把资产荒理解为，当前相对较低票息的资产难以满足投资者对较高收益的诉求。”

王登峰认为，资产荒给银行理财行业带来一定挑战，但银行理财行业仍可有所作为。当前资产收益率下行速度较快，而投资者降低预期收益率是一个较为缓慢的过程，两者之间步调尚未统一，这使得实际收益率与投资者预期收益率之间出现偏差。银行理财行业需要持续做好投资者陪伴，让投资者充分了解市场变化，引导投资者逐步合理降低预期收益率。

在资产荒背景下，王登峰认为，银行理财行业应采用更加多元、丰富的资产配置策略。比如，加入久期策略、杠杠策略、多资产策略等，通过综合运用这些策略，挖掘市场投资机会并控制风险，实现资产稳健增值。

同时，银行理财行业需要提供更加多样化的产品，构建较为完整、全面的产品线。“随着多项政策出台，权益类理财产品对投资者的吸引力逐渐增强。‘固收+’产品出现一些变化，以前投资者对‘固收+’产品关注较少，现在越来越多的投资者愿意接受‘固收+’类的多资产产品。同时，美元理财产品也逐渐受到投资者青睐。”王登峰向记者细数他观察到的行业变化。

“银行理财行业需要在产品端和投资端共同发力，提供多样化产品，从而满足投资者多样化的投资理财需求。”王登峰说。

锻造核心竞争力

当前，银行理财存续规模已突破30万亿元大关，在满足居民财富管理需求、服务实体经济

当前资产收益率下行速度较快，而投资者降低预期收益率是一个较为缓慢的过程，两者之间步调尚未统一，这使得实际收益率与投资者预期收益率之间出现偏差。银行理财行业需要持续做好投资者陪伴，让投资者充分了解市场变化，引导投资者逐步合理降低预期收益率。

“债市收益率受到债券供求关系影响。经济增长需要一定的财政赤字作为支撑，2025年债券发行量有望较2024年增加，债券供求关系可能发生变化。”王登峰说，当前债市收益率已透支了2025年实施适度宽松货币政策的预期，如果后续实际与预期不一致，或对债市收益率产生影响。相关部门已关注到债市收益率过快下行带来的风险，并通过多种方式对市场进行风险提示。基于这些因素，债市短期回调风险增加。

对债券市场长期走势，王登峰保持乐观。“长期来看，债券牛市行情将延续。目前经济处于弱复苏阶段，货币政策也处于宽松状态，债券牛市行情将延续。”

2024年的债市行情推动理财产品业绩向好。王登峰介绍，贝莱德建信理财固收类理财产品把握债市投资机会，取得较好成绩。比如，公司发行的贝裕系列封闭式固收类理财产品2024年到期产品业绩达标率99%，平均收益率超3.6%；贝淳系列短债理财产品在2024年9月的

市场波动中较好地控制住了回撤；贝远系列美元固收类理财产品2024年到期产品业绩达标率100%。

理财产品能够取得较好收益，与其背后的投资策略分不开。王登峰表示，在设计产品业绩比较基准阶段，公司会充分进行风险预算，也就是基于目前的资产表现和对未来市场走势的判断，考虑不同市场环境对产品投资目标的影响，来确定业绩比较基准；同时，会根据市场情况的变化及时对资产配置进行动态调整。

优化资产配置策略

债市高息资产缺失、非标资产供给收缩、存款市场持续迎来监管规范、权益市场波动加大……当前，如何破解资产荒成为资管圈热议话题。王登峰认为，银行理财行业可通过加强投资者教育、优化资产配置策略、提供多样化产品等方式来应对资产荒。

“资产荒现象在银行理财行业较为突



视觉中国图片
制图/韩景丰