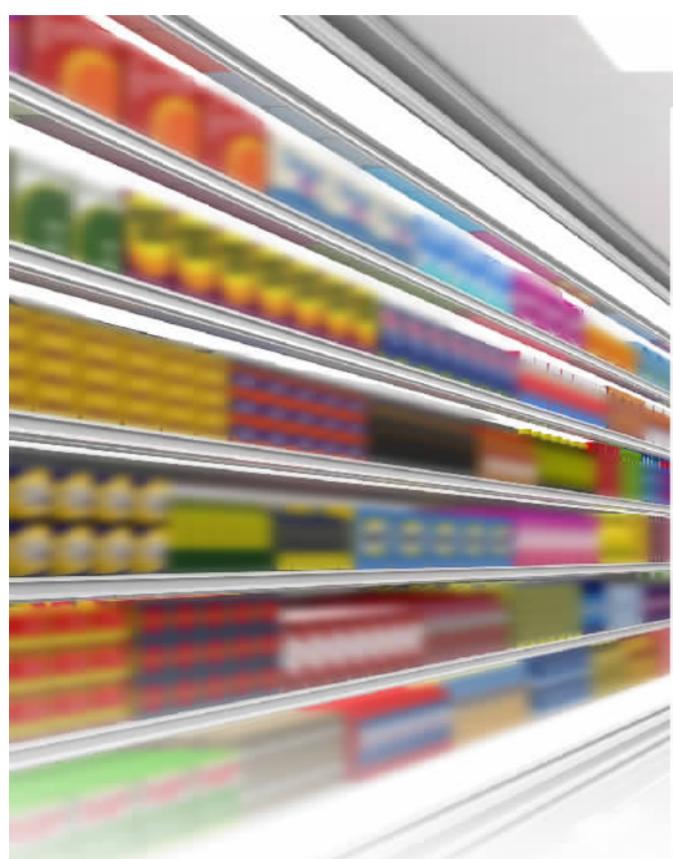


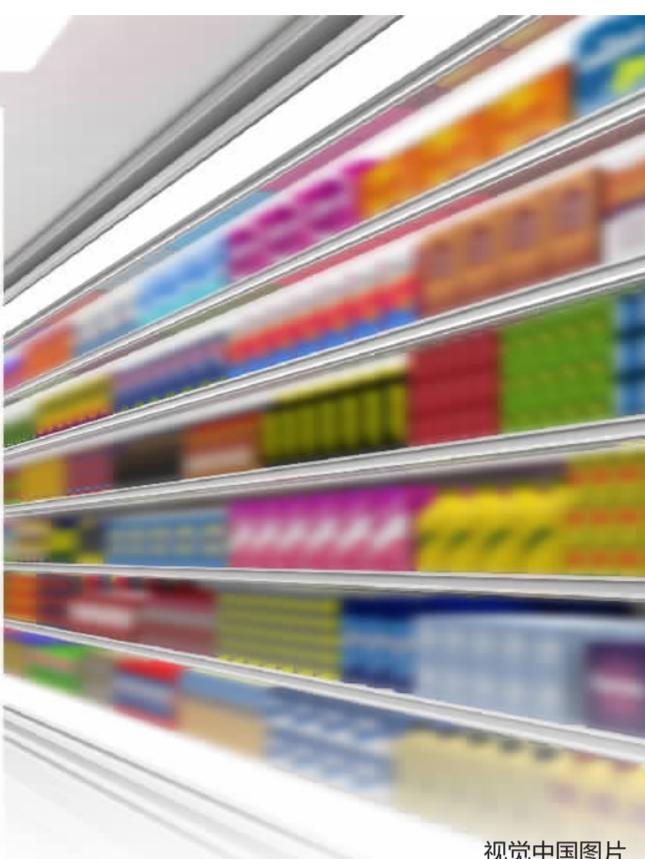
理财公司“跑县城” 中小银行货架添大牌



12月10日，苏银理财发布公告称，公司部分理财产品新增浙江开化农商行、浙江绍兴瑞丰农商行为销售机构。此前，苏银理财发布的关于旗下理财产品销售机构的公告显示，公司合作范围已延伸至江苏、浙江、广东等地的中小银行，其中农商行占据多数席位。记者梳理发现，除苏银理财外，近期，兴银理财、信银理财、中银理财等多家理财公司密集发布新增代销机构的公告，合作方不乏县域中小银行，布局下沉市场趋势明显。

业内人士认为，理财公司与中小银行的合作是一场双向奔赴。对于理财公司而言，传统销售渠道增长乏力、获客成本上升，寻找新的客户触达路径，可拓宽客户基础，抢抓下沉市场新机遇；对于中小银行而言，代销业务可丰富理财产品货架，更好地满足本地客户的多元化理财需求，提升客户体验，增强客户黏性，进而巩固区域市场优势。

● 本报记者 石诗语



视觉中国图片

加速布局下沉市场

近期，兴银理财、信银理财、苏银理财等近十家理财公司密集发布新增代销机构公告，城商行、农商行等区域性中小银行成为合作主力军，理财公司加速开拓下沉渠道，布局县域市场趋势明显。

具体来看，国有大行理财公司凭借规模与品牌优势，稳步向地方性销售渠道渗透。12月9日，中银理财连发两条公告，新增河北沧州农商行、石家庄汇融农村合作银行为产品代销机构，进一步丰富公司在河北地区的销售网络；工银理财则于11月份与徽商银行达成合作，借助后者的区域网点优势辐射安徽地区客户。

股份制银行及城商行理财公司的下沉布局更为积极。例如，信银理财11月下旬集中披露多则公告，新增沛县农商行、仪征农商行、高邮农商行、丰县农商行等8家地方性中小银行为代销机构，重点深耕江苏省县域市场。兴银理财10月以来已发布7条新增代销机构公告，销售渠道进一步向广西、山西、陕西、新疆等地的中小银行拓展。

“理财公司加大与城商行、县域农商行等银行合作，主要基于拓宽客户基础和销售渠道的战略考量。”上海金融与发展实验室首席专家、主任曾刚告诉记者，“一方面，县域金融机构深耕本地市场，与中老年人、小微企业及农村居民关系密切，能帮助理财公司接触更广泛的客户群体。另一方面，中小银行客户理财意识逐步增强，但产品供给不足，与理财产品合作可实现互利互补。此外，金融监管趋严、理财产品净值化转型后，头部代销渠道成本上升，市场竞争激烈，县域金融成为理财公司新的增量市场和差异化布局方向。”

“区域性中小银行业务发展受限于当地

产业环境、居民收入水平等多个因素，近年来净息差收窄挤压传统业务盈利空间。此外，一个地区往往有多家城商行、农商行参与竞争，叠加国有大行、股份行业业务不断下沉，导致本土中小银行的盈利压力加大。”某西部地区城商行相关负责人向记者表示，“而代销理财产品无需占用大量资本金，能有效丰富中间业务收入来源，成为不少银行新的利润增长点。”

此外，监管政策推动中小银行理财业务转型。根据监管部门要求，未设立理财公司的中小银行需在2026年底前压降存量理财业务规模，这迫使部分银行的理财业务从以自营为主转向以代销为主。报告显示，截至2025年三季度末，未设立理财公司的银行存续理财产品数量降至1.33万只，存续规模2.85万亿元，规模同比下降28.01%。

“我行自营理财产品做得还不错，最好的时候管理规模达到500多亿元，但由于尚未获得理财公司牌照，按照规定需要压降自营产品规模，目前已压降300多亿元，现有自营产品也不再募集新资金。为了留住客户，我们必须

须加大代销力度，丰富优质理财产品的供给。”上述西部地区城商行相关负责人表示。

完善风险管理与产品供给

业内人士认为，虽然县域市场发展潜力巨大，但也存在客户风险偏好低、地域特征明显、金融素养参差不齐等特点，理财公司要实现可持续发展，需从产品、服务、风控、科技等多方面精准发力，与中小银行形成深度协同。

近年来，随着银行代销业务快速发展，代销产品数量和类型日益丰富，客户覆盖面日益广泛，更需履行好代销机构的义务，需根据监管部门要求建立、完善产品风险评估机制，进一步规范销售流程和客户适当性管理。

今年10月1日，《商业银行代理销售业管理办法》正式实施，从合作机构的准入要求、退出机制、代销协议的签订程序和内容、关联交易管理、责任归属等方面强化了商业银行对合作机构的管理责任。对于已经准入的合作机构，要求定期审查评估；对于实施退出的机构，要求做好存量产品客户服务。

在代销产品准入方面，管理办法要求商业银行应当对代销产品开展尽职调查，全面了解产品情况，对产品信息的真实性、准确性、完整性进行核实，结合本机构的客群特征、销售渠道、销售人员、信息系统等情况，形成独立、客观的准入意见。对资产管理产品的尽职调查应当综合考虑产品结构、投资标的、投资策略、投资管理团队、风险管理措施、本产品或者同类产品过往业绩水平等因素。

对理财公司而言，曾刚认为，布局县域市场，应聚焦“长期经营、差异服务”，将县域市场视为长期培育的蓝海市场，而非短期业绩刺激手段。他建议，一是加强与县域银行的战略合作，共同开发符合本地居民风险偏好和资产特征的理财产品，如稳健型、现金管理类产品；二是强化金融教育，提升县域客户的理财认知水平，建立信任基础；三是利用数字化手段，通过线上代销平台和移动端工具降低获客与服务成本；四是完善风险防控体系，确保销售合规和产品适配。

从“国补”到“地补” 消费贷贴息迎来新车

● 本报记者 张佳琳

中国证券报记者发现，12月以来，部分城农商行借助地方财政之力，撬开消费贷“地补”新市场。贵州银行、贵阳银行、成都银行、成都农商行等区域性银行表示，为降低居民消费信贷成本，助力释放居民消费潜力，推出消费贷补贴业务。

此前，消费贷“国补”业务的贷款经办机构并不包括城农商行。业内人士表示，与覆盖面广、标准相对统一的消费贷“国补”相比，消费贷“地补”具备更强的区域灵活性，不仅能够为区域性银行带来新的业务增长点，也能撬动地方消费市场。

消费贷“地补”业务现身

12月以来，贵阳银行、贵州银行先后发布关于个人消费贷款贴息工作的公告。两家银行均表示，为降低居民消费信贷成本，助力释放居民消费潜力，根据多部门联合发布的《贵州省地方法人城市商业银行和农信系统消费贷款贴息实施细则》精神及相关要求，自12月1日起，正式受理符合条件的消费贷款客户贴息。

贵阳银行表示，用于综合消费用途的贷款以及服务业经营主体贷款，可按细则规定享受贴息政策。其中，可享受贴息的个人消费贷款，实际消费对应商户工商登记注册地应在贵州省省内。贴息范围包括单笔5万元以下消费，以及单笔5万元及以上的家用汽车、文化旅游等重点领域消费。服务业经营主体贷款的贴息范围则包括餐饮住宿、文化娱乐等八类消费领域服务企业经营主体。

成都银行、成都农商行则在12月初分别发布关于消费贷款财政贴息实施细则的公告。两家银行均表示，贴息政策期间为2025年10月1日至2026年3月31日。贴息范围为，个人客户提用成都银行、成都农商行发放的个人消费贷款中实际用于四川省消费，且银行可通过贷款发放账户等识别借款人相关消费交易信息的部分，可按规定享受贴息政策支持。

自愿申请 额度有限

从贴息金额来看，贵州银行、贵阳银行的贴息力度与消费贷“国补”持平。两家银行均表示，每位借款人在该行可享受的个人消费贷款累计贴息上限为3000元，其中单笔5万元（含）以下的小额消费贷款累计贴息上限为1000元，叠加小额消费贷款贴息后总额不得突破3000元上限。

成都银行、成都农商行则表示，贴息政策执行期内，每位借款人在该行可享受的全部个人消费贷款累计贴息上限为1500元，其中可享受单笔5万元以下的个人消费贷款累计贴息上限为500元。

贵州银行、贵阳银行均表示，贴息业务将严格按照“自愿申请、先报先得、额度用尽即止”的规则受理。具体来看，贵州银行称，该行可使用的贴息额度按省级财政分配执行，额度用完即止。

“现在客户咨询量明显增加了。”贵阳银行客户经理小王告诉记者，贴息申请流程比较简单，客户需到线下签署《贵阳银行消费贷款贴息申请审核表》和《财政贴息服务协议》，发起贴息申请。其中，申请个人消费贷款贴息的客户还需要提交消费佐证材料等凭证。

对地方而言是“三赢”

谈及贴息如何发放时，成都银行工作人员表示，该行将按照政策规定的贴息比例、贴息上限计算贴息金额，在贷款每期还款日或发起提前还款时，由客户先正常支付贷款利息，后续该行将垫付的贴息资金发放至客户贷款发放账户。

“如果我行垫付的个人消费贷款贴息资金后续未经财政部门审核通过，我行有权追回。”成都农商行表示，该行个人消费贷款贴息功能将于近期在该行App的贷款板块开通。

业内人士表示，《个人消费贷款财政贴息政策实施方案》中的“鼓励地方财政部门结合实际情况对其他经营个人消费贷款业务的金融机构给予财政贴息支持”，给地方出台消费贷补贴政策留出空间。

巨丰投顾高级投资顾问于晓明表示，地方此举是“以小财政撬大消费”。一方面，通过差异化贴息，既能精准降低居民利息负担，又能借助区域性银行的本地优势，把政策红利直接送到下沉消费群体。另一方面，对地方而言是“三赢”——财政资金花在刀刃上，银行能拓客增业务，消费市场也能被有效激活。业内人士预计，未来将有更多地方加入消费贷贴息行列，各地将根据自身财政状况和消费市场特点，制定差异化的贴息方案。



理财公司与中小银行双向奔赴

近年来，理财公司代销渠道的覆盖面与渗透率持续提升。《中国银行业理财市场季度报告（2025年第三季度）》显示，理财公司持续拓展母行以外的代销渠道，截至2025年三季度末，只有1家理财公司的理财产品仅由母行

健康险寻“药”匙：首版创新药目录能否打开万亿元风口

● 本报记者 陈霖

我国首版《商业健康保险创新药品目录》日前发布，有19种药品被纳入目录。业内人士表示，首版商保创新药目录的发布，有助于推动商业健康险产品创新，打开健康险增长空间。未来可通过数据赋能强化医保商保合作、深化健康管理服务等，促进医疗、医药、保险深度融合。

首版商保创新药目录出炉

12月7日，备受关注的《商业健康保险创新药品目录》发布，这是我国首版商保创新药目录，将于明年1月1日起正式实施。首版商保创新药目录共纳入19种药品，既有CAR-T等肿瘤治疗药品，也有神经母细胞瘤、戈谢病等罕见病治疗药品，还有社会关注度较高的阿尔茨海默病治疗药品。

据国家医保局介绍，首版商保创新药目录突出三个特点：一是支持创新的导向，纳入目录的药品均是近年来医药技术进步的优秀成果；二是对重点领域的关注；三是体现了基

本医保与商业保险的保障边界，基本医保坚持“保基本”定位，主要考虑安全可靠、疗效确切、靶点机理比较成熟的药品，商保则偏重于创新、前沿的药物。

国家医保局要求，各地医保部门要会同有关部门推动多层次医疗保障体系建设，积极支持普惠型商业健康保险发展，推荐商业健康保险、医疗互助等多层次医疗保障体系参考使用该目录。

打开健康险增长空间

商业健康险是多层次医疗保障体系的重要组成部分。近年来，尽管商业健康险保费收入整体延续增长态势，但增速明显放缓，近三年保费规模均未能突破万亿元大关。业内人士认为，商保创新药目录的落地有助于打开健康险增长空间。

金融监管总局数据显示，2025年前10个月，人身险和财产险公司合计实现健康险保费收入8943亿元，同比增长2.3%。交银国际医药行业首席分析师丁政宁表示，当前，我国商业健康险对于创新药的支付相较成熟市场尚

有限，商保创新药目录落地后，商业健康险有望发挥更大作用。

此外，业内人士认为，商保创新药目录有助于推动健康险从同质化竞争转向差异化创新，推动保险产品的精准设计。对外经贸大学创新与风险管理研究中心副主任龙格表示，目录的建立有助于引导保险公司精准设计产品，推动健康险从“同质化医疗费用补偿”向“精准创新药保障”转型，激发保险公司针对特定疾病、特定人群（如带病体）开发专项保险产品的创新，并促进“保险+特药服务+健康管理”生态模式的深化，增强商保在多层次医疗保障体系中的差异化价值与吸引力。

北京排排网保险代理有限公司总经理杨帆表示，商保创新药目录为商业健康险提供了统一、权威的药品保障范围指引，有望推动行业从“同质化价格战”转向“差异化价值竞争”，推动健康险产品的深度创新。未来保险公司或围绕目录设计出更精准、更具吸引力的特药险，以及与重疾险、医疗险深度融合的创新产品，从而更好地满足民众多层次的健康保障需求。

构建“保险+医疗+医药”生态圈

业内人士认为，从过往情况来看，商业健康险在产品定价、核保、理赔等方面还面临一定的挑战，未来需进一步完善医保与商保数据共享机制，构建“保险+医疗+医药”生态圈，提升保险公司健康险运营水平，推动商保创新药目录顺利落地实施。

杨帆表示，当前保险公司参与创新药保障的主要障碍在于数据壁垒导致精算难度大、药品费用高昂带来的赔付风险控制难，以及药品供应、处方审核等专业化服务链条的建设能力不足。

杨帆建议，行业应共同推动建立多方参与的数据共享平台以支持精准定价，积极探索再保险、政府风险共担等机制来分散风险，并加强与药企、医疗服务机构的深度合作，共同构建“保险+医疗+医药”的闭环生态，确保惠民政策能够真正落到实处。

国信证券非银金融行业首席分析师孔祥表示，未来商保创新药目录需进一步强化动态调整机制，探索与医保目录的联动。