

利率“探底” 中介喊“放水”

银行“开门红” 信贷调查：盛宴下的风险底线

年初历来是银行信贷投放的“黄金窗口期”。为冲刺“开门红”业绩，多家银行通过下调利率、提速审批来争夺优质客户。在社交平台上，不少贷款中介借此宣称银行“悄然放宽了信贷审批标准”。

中国证券报记者调研发现，尽管银行员工为完成业绩指标（有的银行要求1月完成全年贷款任务的30%以上）而积极营销，甚至承诺若后续贷款降息可协助客户调整利率，但所谓的审批“放水”仅是贷款中介的营销话术。银行实际的贷款审批，依然严格遵循大数据风控模型，对客户资质与资金用途进行审慎把控。

● 张佳琳 李蕴奇

从事贷款中介多年的小李告诉记者：“在不同的月份，从银行贷款的‘含金量’和‘难度’是不同的。每年1月都是银行‘开门红’的关键期，此时从银行贷款能够实现额度放水、利率最低、审批开绿灯。”

小李特意嘱咐，哪怕现在不急着用钱，也要在1月把贷款办下来，别拖到2月。原因在于，经过1月的贷款投放，很多银行的阶段性额度已经消耗殆尽。到了2月，银行会收紧

为实现“开门红”的亮眼业绩，不少银行在去年底便开启了项目储备和筹备工作。某国有大行陕西地区支行负责人告诉记者，该行在“开门红”首日投放一手房按揭贷款、个人消费贷款、个人质押经营贷款共计2000余万元，为全年业务发展奠定基础。

据悉，该支行制定岁末年初个贷业务“勇攀高峰”考核方案，实现差异化考核，并设立营销活动冠军、亚军、季军等专项奖项，日常按节点通报业绩进度。深耕客户需求，

值得注意的是，对市场需求嗅觉敏锐的贷款中介利用信息差以及对银行审批“放水”的渲染，做起了“一手托两家”的生意。记者联系的多位贷款中介中，超半数承诺“包批低息贷”，手续费为2%—7%。一位贷款中介称，可通过包装企业流水和纳税记录申请低息经营贷，手续费为3%，并暗示“银行年初审核松”，可帮助记者提高贷款额度。

“贷款中介不靠谱，银行所有标准化贷款产品都是公开的，客户完全可以自己直接申请。中介所谓的内部渠道，多数只是他们



视觉中国图片

口子，贷款审批标准也会变得严格。

随后，记者分别以经营贷客户和消费贷客户身份，咨询了多家银行的客户经理。成都银行个贷经理小于表示，1月正值银行“开门红”期间，为了争夺客户，有些银行可能会在审批尺度上有所放松。目前，成都银行消费贷最低利率是3.0%，并且有消费券补贴和贴息活动。

“现在申请消费贷，能够领取100元消

分层分类进行阶梯式精准营销，同时深入区域内优质企事业单位，开展上门服务，方便快捷解决客户融资需求。

记者调研发现，不仅是国有大行，区域性银行也颇为在意“开门红”的业绩完成情况。襄阳农商行营业部营业室人士表示，1月上半月，该行营业部营业室零售贷款净增2666万元，完成1月份任务指标的118%。

为推动零售贷款业务全面开花，襄阳农商行营业部营业室实行全员营销。每日利用

比普通客户更了解各家银行的贷款产品细则和审批倾向。”某股份行北京分行信贷部人士告诉记者。

当记者问及贷款审核标准时，上述浦发银行北京地区某支行客户经理表示，客户在扫码填写资料后，该行会对此进行审核，报出客户可贷款额度。“现在大数据审核很严格，基本上有一点点问题都能给你揪出来。”该客户经理说。

此外，一位中国银行客户经理表示，在银行“开门红”期间，银行员工有任务指标，

费券，可以抵扣现金使用。而且有贴息活动，消费贷用于消费的话，利息最高可以返1500元，十分划算。”小于说。

1月20日，招商银行贷款经理小全在得知记者有贷款需要后，力劝即刻申请贷款。小全说，目前该行经营贷利率最低为2.7%，消费贷利率最低为3.0%。小全说：“这个贷款利率是近期的最低价。如果您贷完以后，我行的贷款利率后续有调低情况，还可以给

晨会开展零售贷款产品专题培训，从额度上限、利率档位、办理流程到风控要点，逐一拆解讲解，确保每位员工都能成为“零售信贷产品活字典”；同时，鼓励柜员、大堂经理、客户经理在日常业务办理中，主动识别客户信贷需求，提供一站式咨询、申请、办理服务。

晋城农商银行开发区支行表示，在2026年“开门红”第一周期的业务营销中，该支行贷款业绩指标首战告捷，1000万元以下贷款净增2000余万元，提前完成月度目标。此

但贷款业务的审核标准没有明显放宽。对于有逾期记录的客户，可能存在拒贷风险，建议客户以银行风控系统判定结果为准。

中国邮政储蓄银行研究员娄飞鹏认为，在银行“开门红”期间，贷款中介以往以夸大性的宣传作为营销手段，银行实际贷款审批仍会严格控制客户资质与资金用途。

记者调研发现，为了宣传自家银行贷款产品，尽快完成贷款任务指标，部分银行客户经理会在社交平台上发帖吸引客户。例如，有银行客户经理发帖称，申请该行消费

您做贷后变更。”

记者在调研中发现，目前多数银行消费贷与经营贷的利率相差不大。即使贷款利率略高于同业，银行也会以各类优惠活动的形式，把实际贷款利率降下来。例如，浦发银行北京地区某支行的客户经理表示，目前该行消费贷利率为3.1%，客户在领取优惠券后，利率可降至3.0%。优惠券不定期发放，主要是为了吸引客户。

举主要得益于去年11月—12月的前瞻性筹备。该支行的具体做法是，提前推进续贷，紧跟总行部署梳理到期贷款，主动对接续贷、防流失、挖提额、控风险，缩短大额倒贷周期，为开年外拓腾出时间。坚持常态化营销，推行“每日10—20个电话+外拓”模式，覆盖多类客户；完成2000余户渠道客户回访，叠加存款客户预约回访，深化客户连接。攻坚大客户，锁定大金额贷款目标客群，注入规模增长动力。

贷可送50元立减金，贷款线上即可申请，客户有缴纳个人所得税记录或缴存公积金记录即可办理。该客户经理告诉记者，若后续贷款提款使用，还可根据具体金额，继续赠送相应等级的立减金。

对此，娄飞鹏表示，银行可在服务体验、产品设计、客户分层等维度打造差异化优势。例如，为客户提供定制化还款方案、专属客户经理、智能化审批、场景化金融生态等非价格服务更好地提升客户体验，在此过程中逐步形成核心竞争力。

“稳健之上加点惊喜” “固收+”理财探路记

● 本报记者 吴杨

“2025年，我持有的投资产品收益平平。2026年，我打算认真配置‘固收+’理财产品。”一位广东投资者在社交平台上的感慨道出不少人的理财心声。

在存款利率持续下行、传统固收产品收益率承压的背景下，以固收类资产为底仓，辅以权益投资等策略增厚收益的“固收+”理财产品，正迅速成为投资者资产配置中的重要选项。

“固收+”产品受青睐

近日，多家理财公司密集推介相关产品，主打“稳健之上加点惊喜”。农银理财1月20日发布“固收+”精选理财产品推荐，以一款固收增强系列产品为例，其以精选固收类资产打底，20%以内权益仓位提高业绩弹性，近三个月来年化收益率5.24%。此外，工银理财、交银理财等也加大了对“固收+”产品的宣传力度。

“如果客户风险承受能力较强，愿意追求高收益，我们会重点推荐‘固收+’产品。这类产品风险等级多在R3级（中等风险），预期收益率4%—5%。虽然底仓以债券为主，但因含有关权益类资产，净值波动会比纯固收产品明显。”一位国有大行客户经理说。

某国有大行理财公司人士透露：“从2025年下半年起，我们便将‘固收+’作为重点发力方向。”市场数据也印证了这一趋势。华源证券报告显示，截至2025年三季度末，“固收+”理财规模约7.5万亿元，较2025年二季度末增加约0.4万亿元。目前，该类产品存续规模超2000亿元的理财公司逾十家，行业集中度显著，招银理财、农银理财、交银理财、中银理财及光大理财占据42.5%的市场份额。

前述广东投资者表示：“‘固收+’理财兼顾债券的稳健和权益类资产的弹性，整体风格比股票基金温和，比纯债基金进取。如果每年能实现稳定收益，长期来看也是一笔可观的财富。”

顺势而起

“固收+”赛道的快速崛起并非偶然，而是多重因素共同作用的结果。

随着存款利率进入下行通道，传统债券收益率维持在较低水平，居民庞大的储蓄资金面临再配置的迫切需求。华源证券固收首席分析师廖志明表示，资管新规打破刚兑后，“固收+”或成为承接万亿元存量资金的主力工具之一。邮储银行研究员娄飞鹏认为，理财公司发力此类产品，正是为了应对低利率环境下纯固收产品吸引力下降的挑战。

同时，一笔规模可观的资金正在酝酿转移。中邮证券固收首席分析师梁伟超提供了一个重要的观察：2023年一季度，大量资金流向三年期定期存款。按期限推算，这部分存款将在2026年一季度集中到期。然而，定期存款的吸引力已大不如前。在低利率成为常态且权益市场可能存在结构性机会的预期下，部分资金具备向理财产品迁徙的动力。

此外，客户需求变化也是一大影响因素。“经过长期陪伴教育，理财客户对净值波动的接受度与风险认知均有所提升，更能接受复杂产品。”中邮理财高级业务专家唐清华分析。

巨丰投顾高级投资顾问于晓明补充道，近年来，A股的结构性情行、金价走强等市场机会也为多元增强策略的兴起提供了窗口期。

构建差异化能力是关键

面对广阔的市场前景，理财公司如何在“固收+”赛道中构筑竞争优势，成为行业发展中的一道关键命题。

“理财公司的优势和短板都很鲜明。”于晓明认为，其优势在于依托母行具备更强的固收信用研究、广泛的渠道客户基础与稳定的负债流动性，还能联动母行多业务资源形成协同。然而，与公募基金相比，其权益投研能力、策略的多样性以及市场化的人才激励机制仍需完善。

财通证券首席经济学家孙彬彬表示，由于银行理财在权益类资产配置领域实践经验较少，目前不少理财产品仍主要采用“+基金”的模式实现“固收+”策略。

那么，锻造“固收+”能力的路径在哪里？业界普遍认为，必须在巩固根基的同时，全力构建多元资产配置与精细化风险管理体系。

唐清华将2026年视为发展“固收+”产品的关键窗口期。“多资产多策略产品的市场空间非常广阔。”她表示，驱动规模增长的核心在于投研体系的深化，构建能够穿越周期、精细化的资产配置框架，推动产品设计从单一爆款向满足不同客群需求的“立体化产品矩阵”演变。

梁伟超道出理财公司的一个独特优势：在运用衍生品等工具进行风险对冲、回撤控制机制等方面，理财公司面临的政策约束与运用方式相对灵活，这为理财产品平滑净值波动提供了制度空间。“未来，理财产品收益率提升更可能沿着稳固固收底仓，结构性引入权益类资产、强化风险管理能力的路径推进。”他说。

存款集中到期窗口开启 银行留客强化AUM考核

● 本报记者 李静

“2022年理财市场波动后，部分资金流向了三年期存款产品。自2025年10月起，该批高息存款陆续到期，预计将在2026年上半年迎来集中兑付。”南方地区某城商行个人金融部人士说。

高息存款的集中到期窗口已然开启，叠加存款利率显著下行，一笔规模预计高达数十万亿元的资金正徘徊在十字路口。中国证券报记者调研了解到，不同风险偏好的客户会做出差异化选择，预计将有过半资金通过转存，继续追求稳健安全；其余资金则可能流向理财、资本市场。为应对存款分流压力，银行机构正从营销策略、产品创新到考核体系进行系统性调整，以期在利率持续下行的环境中留住客户。

集中到期窗口开启

多位银行人士表示，高息存款将在今年上半年迎来集中兑付期，其中一季度最为密集，“从行业规律看，一季度通常为银行‘开门红’的关键阶段，结合三年期存款周期推算，一季度正好对应高息存款集中到期的窗

口期。”中部地区某城商行人士解释。

关于这波定期存款的到期规模，目前暂无官方统计数据，但业内人士一致认为其体量庞大。据多家券商研究所测算，今年到期的高息存款规模将达到数十万亿元。事实上，去年以来，这部分资金已逐步进入兑付窗口期，市场对此已有所体现。例如，去年理财市场存规模显著增长，部分增量资金正是来自到期存款的再配置。

推动这一资金流向转换的核心驱动力，是近年来显著的利率落差。上述南方地区某城商行个人金融部人士表示，2022年三年期存款利率大都在3%以上，如今同期限产品利率已普遍降至“1字头”，几乎腰斩，客户面临再投资选择。

资金各寻出路

由于定期存款到期规模庞大，各类金融机构正积极布局以承接部分资金转移需求。值得注意的是，不同风险偏好的客户群体在产品选择上呈现显著分化。

部分客群坚持将资金安全性置于首位，对收益率的要求并不高。前述南方地区某城商行个人金融部人士透露：“从我行的数据

看，当前三年期到期存款的转存率为50%—60%，这意味着有过半资金选择继续留在存款产品当中。”他同时观察到，部分客户会先将定期存款到期资金转为活期，后续仍然会选择定期存款。

对于追求稳健收益的客户，存款产品的吸引力已大不如前。“存款利率步入下行通道是长期趋势，我们无法再提供过去的高利率。”上述中部地区某城商行人士坦言。

业内人士表示，当前存款资金分流渠道呈现多元化特征：一些风险偏好较高的资金流向股市、基金；低风险理财产品凭借相对稳健的收益，吸引了不少当年从理财回流储蓄的资金。“近两年贵金属价格持续走高，投资收益可观，也分流了部分风险偏好较高的存款到期资金。”一位银行人士补充道。面对多渠道分流的现实，银行仅靠单一产品或服务，已难以实现对到期存款资金的全面留存。

银行花式接招

面对大规模存款资金到期与存款分流压力，银行业正在经历从产品创新到考核机制的系统性转型。