

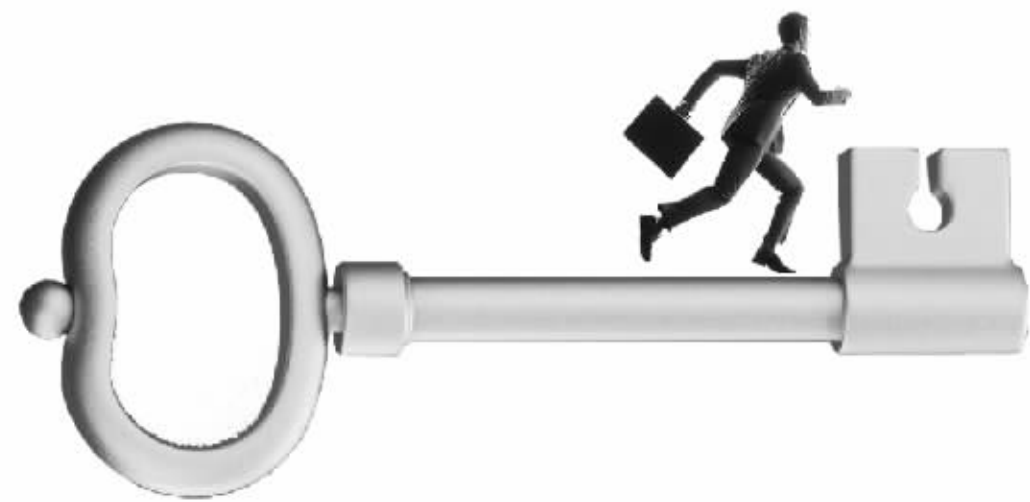
赛道边银行暗战：解码马拉松“金主”的生意经

“当春风再度浸润运河两岸，扬州半程马拉松将迎来它的廿载盛礼……我们荣幸地携手包括中国银行在内的众多优秀品牌，共同打造本届扬马的品质之旅。”马拉松爱好者小张日前收到了定于3月29日开跑的“2026中国银行扬州半程马拉松”报名提醒短信。

发令枪响，万人同奔，一场围绕银行潜在客户的金融角逐也在马拉松赛事生态中同步上演。如今，商业银行已成为马拉松赛事的大“金主”，各类银行纷纷以冠名赞助等形式，深度嵌入此类赛事。

看似寻常的体育赞助，实则是银行精心布局的一项战略投资。其核心逻辑在于对银行潜在客户的精准触达与深度绑定。银行的意图远不止于品牌曝光，更深层的动因是，在获客成本高企的背景下，对线下优质场景价值的重新挖掘与定义。银行正致力于将一场体育赛事转化为构建长期客户关系与“金融+大健康”服务生态的基石。由此可见，马拉松已成为观察银行业务转型与客群经营战略演变的重要窗口。

● 本报记者 张佳琳



深度布局

扬州半程马拉松赛事主办方表示，其对2026年的竞赛组织工作进行了系统性优化，力求为跑者创造更流畅的赛时动线、更安全的赛场环境与更专注的奔跑体验。作为此次赛事的冠名赞助商，中国银行为参赛选手提供专属支持。

通过中国银行App报名的跑者，可解锁“马年跑马”进阶训练课程，其增设了日常基础训练与半程马拉松专项训练内容，覆盖核心力量锻炼、跑步技巧教学以及赛前准备、赛后恢复全流程指导。同时，中国银行围绕跑者在扬州的“衣食住行游购娱”，推出一系列专属权益与优惠活动，提供全方位、一站式的金融服务。

观察已公布的2026年赛事日历，招商银

行、浦发银行、龙湾农商银行等机构冠名的马拉松赛事屡见不鲜。这反映出一个普遍现象：无论马拉松赛事规模与知名度如何，银行已成为其中不可或缺的参与方。南京银行人士告诉记者，该行已连续多年冠名南京马拉松、南京浦口马拉松、南京江岛半程马拉松、高淳国际慢城马拉松等赛事。

看似简单的体育赞助，实则是银行在数字化转型与同质化竞争压力下，经过精密测算的战略投资。马拉松赛事参与人群的特质，与银行零售业务的目标客群高度契合，这成为银行押注马拉松赛事的关键动因。通过与马拉松深度绑定，银行能够将赛事流量转化为客户流量，实现从“广撒网”到“精聚焦”的转变。

精准触达潜在客户

苏商银行特约研究员薛洪言告诉记者，马拉松赛事参与人群大多具有高收入、高消费特征，与银行财富管理等核心业务的目标客群高度重合，银行借此可实现对潜在客户的精准触达。

“更为重要的是，在线上获客成本高企的背景下，马拉松赛事作为大型线下活动，为银行提供了将金融服务自然嵌入客户生活流程的独特契机，助力银行实现从品牌曝光到场景融合的升级。”薛洪言认为，马拉松赛事所倡导的健康、拼搏与长期主义精神，有助于银行塑造更具温度和活力的品牌形象。对于区

域性银行而言，赞助本地赛事更是提升地方市场品牌渗透率、构建区域情感联结的有效手段。

从赛事报名到物资领取，再到现场服务等环节，银行作为赞助商能够与潜在客户实现多触点互动。以恒丰银行为例，该行多次与济南（泉城）马拉松合作，推出的“济马主题纪念卡”及《恒丰济马福利计划》，除了能够提供赛事报名费立减、周边商户消费折扣等基础权益外，还融合了线上线下多重场景优惠，为跑者提供涵盖日常消费、运动健康、文化娱乐等领域的专属礼遇。

从流量到价值的转化

一场顶级马拉松赛事的冠名赞助费用可达千万元级别，其他级别马拉松赛事的合作费用也可能动辄数百万元。记者在调研中了解到，有些银行出于对成本等因素的考量，在成为地区马拉松赛事多年合作伙伴后，于2025年选择了终止合作。

赞助马拉松赛事为银行带来了品牌曝光，然而，真正的考验在于能否将赛事“流量”转化为长期客户“留量”。随着入局者增多，同质化竞争问题也日趋严峻。银行在马拉松赛事营销中推出的活动与产品相似度多，多为纪念卡、简单抽奖等常规手段，缺乏创新亮点，这使得营销投入产出比不断下降，难以真正触动目标客群。

“我行已连续多届冠名南京马拉松。通过冠名，我们逐步从传统品牌曝光向场景运营升级。”上述南京银行人士告诉记者，在“2025南京马拉松”赛事中，该行通过制定全赛事周期的场景金融运营方案，打通报名链接通道，探索构建“体育+文旅+消费”场景运营生态，推进零售客户“拉新引流、激发活跃、价值提升、品牌增效”。

南京银行人士表示，未来该行将继续冠名或赞助支持重大体育赛事活动，并围绕重大赛事举办、全民



新华社图片、视觉中国图片、制图/韩景丰

美元存款高息光环褪色 投资者转向理性配置

● 本报记者 李蕴奇

“去年初存了1万多美元的一年期定期存款，前两天到期后赔了两千元（人民币）。”有投资者近期在社交平台发帖表示。中国证券报记者咨询银行工作人员发现，当前一年期美元存款利率稳定在3%左右，相较此前4%左右的利率有所降低。

专家表示，过去一年，人民币对美元汇率走强，汇兑损失侵蚀了美元存款的收益。在美元存款利率走低、汇率持续波动的背景下，投资者需锚定真实需求，避免投机性囤积美元。

投资者直呼美元存款“不香了”

投资者小京在社交平台发帖表示，她在2025年初用9.3万元人民币兑换了1.27万美元，并分两笔购买了某股份制银行的一年期美元定期存款。当时，1万美元的存款执行的是3.7%的利率，2700美元的存款执行的是3.4%的利率。近期，这两笔美元存款到期，她获得了1.32万美元，结汇成人民币相当于9.1万元。存款一年下来，亏损了人民币两千元左右。

在社交平台上，小京的经历并不是个例。最近一些投资者反映，在购买美元存款过程中亏了钱。上海金融与发展实验室首席专家、主任曾刚表示，美元汇率波动造成的损失超过了美元存款利息收益，叠加汇兑成本等，最终导致投资者整体收益亏损。曾刚解释道，投资者在2025年初购汇时，人民币对美元汇率在7.2元-7.4元区间运行。而近期美元存款到期结汇时，人民币对美元汇率运行在7.0元附近，人民币对美元汇率升值幅度为3%左右，这一汇率损失基本覆盖了美元存款的利息收益。再加上购汇、结汇环节的点差与手续费，最终产生亏损。

一年期美元存款利率稳定在3%

当前，美元存款的利率如何？记者走访多家银行发现，一年期美元存款利率基本稳定在3%，低于去年初4%左右的美元存款利率。而且多家银行的两年期美元存款利率低于一年期。

恒丰银行北京某网点的客户经理介绍，当存入金额在1万美元以上时，该行一个月、三个月、六个月、一年、两年期的美元存款利率分别为2.5%、2.65%、2.75%、3.1%、2.6%。3.1%的一年期美元存款利率已经稳定了几个 month。

北京银行北京市西城区某支行的客户经理表示，该行目前没有两年期美元存款，一年期美元存款的利率为3.0%，起存金额为5000美元。3.0%的一年期美元存款利率已经稳定了一年左右，后续利率变动方向需要根据外汇市场情况综合研判。

广发银行北京市大兴区某网点的客户经理告诉记者，按照存入金额不同，该行将美元存款分档设定存款利率。当存入金额在1000美元及以上且小于3万美元时，一年期美元存款利率为2.9%，两年期美元存款利率为2.8%。当存入金额在3万美元及以上时，一年期美元存款利率为2.95%，两年期美元存款利率为2.85%。

前述广发银行客户经理告诉记者，该行近期下调了美元存款利率，此前一年期美元存款利率最高可达3.1%。未来，美元存款利率仍有可能下调。

锚定真实需求进行配置

关于是否要继续购入美元存款，有投资者表示，若美元持续贬值，叠加美元存款利率下行，美元存款的性价比可能会进一步弱化。另有投资者认为，购买美元存款主要是为了进行资产配置，需淡化短期汇率波动造成的影响。

近期，外汇市场波动不断。受下任美联储主席提名出炉的消息影响，市场对美联储未来货币政策“鹰派”预期浓厚，美元指数近期出现反弹。截至记者发稿时，美元指数运行于97.08点位附近，较1月27日低点大约反弹1.6%。

中国邮政储蓄银行研究员娄飞鹏认为，目前美元存款利率下行，叠加汇率波动，投资者需关注购买美元存款的风险。他建议有真实用汇需求的投资者可配置美元存款，并搭配远期结汇对冲风险，避免投机性囤积美元。

曾刚提示投资者，需锚定真实需求，若近期有明确的美元使用场景，可按需配置美元存款，避免承担额外汇率风险。另外，投资者应严格控制配置比例与产品久期，美元资产占个人总资产比例应控制在合理范围内，并优先选择3个月至6个月的短期美元存款，避免长期锁定资金，以灵活应对汇率、利率变动。

闲资寻路 信托产品成上市公司新选择

● 本报记者 吴杨

凭借相对较高的收益水平与灵活的资产配置模式，信托已成为上市公司提升资金使用效率、增厚利润的重要工具之一。Wind数据显示，2025年以来，A股已有超50家上市公司配置信托理财，总规模近300亿元。这一现象不仅反映出企业理财偏好的变化，也折射出信托行业在回归本源过程中对业务发展路径的持续探索。

信托频现上市公司资产配置清单

“上市公司利用闲置资金购买理财产品并不少见。近两年，信托公司对该块业务的重视程度明显提升。”南方地区某信托公司资管部主管说。

上述转变在上市公司公告中得到了印证。方大特钢2025年业绩预增公告显示，2025年公司非经常性损益金额约1.3亿元，因投资的信托产品等公允价值变动收益增加。海信家电更是将信托配置推向更高水平——Wind数据显示，2025年以来公司累计斥资上百亿元认购信托产品，认购机构覆盖中粮信托、华能信托等多家信托公司。

此外，2026年年初，厦门国际信托落地两单自主管理型上市公司法人财富管

理服务信托，分别为一家强调安全、流动性的国企和一家在安全性前提下，追求一定收益目标的民营上市公司。

用益信托研究员喻智分析称：“上市公司购买信托产品，核心目的是提升闲置资金的收益率。目前主流选择仍是固收类低风险产品。”海信家电在公告中也明确，此举是在控制投资风险前提下，以提高资金使用效率、增加现金资产收益。

“进军上市公司财富管理领域，是我们今年重点拓展的一大方向。”前述南方地区信托公司资管部主管表示。

然而，在这一投资热潮背后，潜在的风险与挑战同样不容忽视。一位原信托经理表示：“尽管行业整体规模庞大，但其中包含大量服务信托及历史遗留的通道业务。在当前环境下，受负面舆情、强监管转型政策以及市场上真正优质的高收益资产稀缺等多重因素影响，投资者关系维护与信息透明度已变得至关重要。”这一观点提示，上市公司在选择信托合作时，需对其资产管理透明度与信息披露质量提出更高要求。

合作模式日趋多元

随着合作深入，上市公司与信托公司的合作内容愈发丰富，向融资支持、员

工激励、资产盘活等多元化生态延伸。

在信托贷款支持方面，近年来，多家上市公司公告，通过信托贷款获得融资支持。例如，2025年年底，国城矿业公告称，拟向中信信托申请信托贷款20亿元，用于置换内蒙古国城实业有限公司60%股权收购相关贷款、偿还自身及其控股子公司的存量金融负债。

同时，信托公司在员工激励领域积极与上市公司展开合作，常通过设立员工持股计划信托提供专业服务。以奕瑞科技为例，该公司1月末委托华能信托设立了“华能信托·奕瑞科技2026年员工持股计划信托”，成立时信托资金总额不超过1亿元。根据信托文件约定，华能信托将以自己的名义，为奕瑞科技的员工持股计划提供资产持有、管理与运作服务。

该信托属于资产服务信托中的行政管理服务信托，主要依托信托公司在账户管理、财产独立和风险隔离等方面的制度优势，为企业员工持股计划提供专业的股份管理与运作服务。

“目前信托参与员工激励的整体业务规模不大，算是创新业务。其实，上市公司有多种工具可选，并非必然选择信托。因此突出信托公司的核心竞争力，是开展这项业务的关键。”西南地区某信托公司人士坦言。

以专业性回应市场需求

为应对上市公司金融需求日益呈现出的专业化、综合化趋势，明确战略定位并夯实专业能力，是信托行业构建核心竞争力的关键。

中国信托业协会专家理事周小明此前表示，资产服务信托尽管受配套制度缺失等因素制约，但应用场景广阔、功能独特，且当前政策环境也在积极优化。2025年以来，北京、上海、厦门等地陆续试点不动产、股权信托财产登记，为信托公司开展法人财富管理信托、家族信托等业务扫清制度障碍。

上市公司是高度关注合规、风控与综合效益的群体，其选择本身便是对信托公司能力的直观反映与认可。

一位资深信托行业研究员向记者表示，在财富管理服务信托中，信托公司应作为专业的买方投顾，站在客户角度帮助其从全市场选配优质金融产品，为客户提供投资顾问、财富规划以及传承等专业化服务。信托公司可通过发展财富管理服务信托，增强客户黏性，促进资产管理信托与资产服务信托的协同，从而巩固资产管理信托资金端的稳定性。