

“这是今天来的第三波银行同业” 一线金融人亲历行业激烈竞争

“前段时间去一家理财公司洽谈业务。刚进门,里面的人就笑了,‘这是今天来的第三波银行同业’。”谈及当下的行业竞争,程浩觉得有点荒诞。

近年来,金融行业竞争加剧、无序内卷等现象引发市场关注。部分银行消费贷利率下探至“2”字头,银信合作业务费率一度下探至行业较低水平,理财产品费率持续压降。“规模回来了,钱却没赚到”成为金融行业的共识。

程浩是一家农商行的资管部业务人员。入行初期,行业红利充足,市场空间广阔,客户主动上门是常态。如今他每天的工作多元且琐碎,管代销、做产品、搞投资、写材料等,一样不落,主动外出拓客是常态。他的经历并非个例。在行业存量竞争格局下,不少从业者陷入了相同的困惑:在存量市场中艰难博弈增量,这种竞争何时才能落幕?

● 本报记者 吴杨



视觉中国图片 制图/杨红

“在同质化严重的业务领域,产品缺乏差异化竞争空间,价格战便成了主要突围路径。”华东地区某农商行资管业务负责人向记者表示。

信贷端的价格战持续已久。“目前消费贷利率是3%,贷款办理完成后,若符合真实消费等条件,会下调1个百分点。”中国银行某支行贷款经理说。近年来诸多银行将消费贷利率压至“2”字头,大行持续下沉做信贷投放,中小银行被动应战。多位受访从业者表示,在信贷需求不足的背景下,部分银行为冲

业务规模放松风控,易引发行业资源错配等问题。

信托行业“以价换量”现象也很明显。据某信托公司投研部负责人透露,信托公司与理财公司合作业务的费率从早期的千分之一左右持续下行,逐步降至万分之八、万分之五,前两年最低曾跌至万分之一。“除规模领先的机构尚能以量补价外,大部分信托公司基本处于盈亏平衡线以下。”他补充道。不过,金融监管部门对此已重点关注,此前已通报低价内卷式竞争等问题并要求机构

对照排查。

理财产品领域同样未能幸免。前述华东地区农商行资管业务负责人剖析了现金类理财产品的竞争逻辑:“这类产品的底层资产受到监管部门严格限定,各家机构可配置的资产范围高度趋同。在此背景下,部分理财公司选择以规模换利润,将管理费压至1或2个基点,几乎相当于无偿管理,只求快速扩量。”“底层资产相同、风险水平相当,投资者的选择逻辑就很简单——哪里收益高,资金就流向哪里。”这位业务负

责人表示。

程浩对此有深刻的感受。他所在区域客户基础不弱,但理财产品费率持续下行,扣除各项成本后实际利润空间大幅压缩。

价格战的触角甚至延伸到了服务中介环节。据前述华东地区农商行资管业务负责人介绍,一些中小货币经纪公司为抢业务,主动将费率压至较低水平。“过去头部中介人力配置充足、服务能力强,形成正向循环。但低价竞争者涌入后,这一格局被打破,客户开始用脚投票。”

“目前A银行能做的,B银行基本也能做。在价格之外,拼的就是服务。”一位银行业资深人士向记者表示。

当价格低到一定程度,竞争自然转向服务端。行业正从单一的定价竞争转向客户深度挖掘,日均存款、低成本结算资金、客户全生命周期价值等指标权重持续上升。

服务的“卷”首先体现在物理触达的强

化。西部地区某农商行相关人士表示,当前核心策略是提升客户经理服务效能,通过深度服务挖掘存量客户价值。“分支机构服务区域跨度较大,过去存在服务覆盖不到位的问题。现在重点加强走访,从简单贷款向综合金融服务转型。”

当上门走访成为标配,银行开始比拼服务精度,个性化定制能力成为竞争关键。“这一两年,我们明显感受到各家银行上门次数

和频率加大了。”浙江某小微企业总经理说,银行会主动上门关注企业需求,了解经营中遇到的实际困难,根据具体需求、流动性情况定制融资方案,这种点对点的服务确实提升了客户的体验。

从企业反馈看,银行的服务边界也在拓展。从单纯放贷到协助企业做资金管理、产业链对接,银行试图通过增加服务触点来绑定客户,提供综合性金融服

务。一家内蒙古地区的企业负责人坦言:“银行现在不仅问你要不要贷款,还会问你的供应链情况、员工工资发放节奏,帮你做结算方案——能想到的服务,他们都在做。”

然而,当走访、定制、延伸服务等做法成为行业标配时,差异化竞争空间便开始收窄。客户对“好服务”的阈值持续拉高,银行的投入成本也在不断增加。

同样的逻辑也适用于信托行业。虽然当前行业资产规模增速有所回暖,但传统盈利模式持续承压,新增长引擎仍在探索中。业内人士表示,只有想清楚“要成为一家怎样的机构”,才能构建起具体业务上的可持续商业模式,找到差异化发展路径。

有银行高管向记者表示,面对大型银行业务下沉和数字化转型的双重挤压,中小银行的出路在于回归“地缘人缘”优势。聚焦“本地+普惠+特色”,深耕小微企业、“三农”、社区金融等,利用决策链条短、信息丰富的特点,开发小额信用贷、产业金融等适配产品,构建差异化竞争壁垒。

同样的逻辑也适用于信托行业。虽然当前行业资产规模增速有所回暖,但传统盈利模式持续承压,新增长引擎仍在探索中。业内人士表示,只有想清楚“要成为一家怎样的机构”,才能构建起具体业务上的可持续商业模式,找到差异化发展路径。

传闻扰动消金ABS市场:信托端合规门槛抬升

● 本报记者 李静

近日,市场传闻监管部门拟限制理财资金投资信托公司参与发行的消费金融ABS产品。中国证券报记者多方求证后获悉,目前尚无正式通知,理财公司相关业务正常开展。但对于信托公司而言,消费金融业务合规门槛已在实操层面显著提高。与此同时,消费金融底层资产定价整改持续推进,多家持牌消金公司已将贷款利率上限压至20%以内。

行业趋于审慎

某信托公司高管透露,尽管未有相关政策落地,但在实操中消费金融类信托业务的合规门槛已明显提高,机构主动压降规模,更多是基于风险层面的考量。谈及后续政策落地预期,他坦言:“倘若未来监管部门明确压降或限制此类业务,希望能给行业预留充足缓冲空间,避免市场预期骤然生变,引发负反馈效应。”还有信托机构向记者证实,公司已针对全部消费金融业务开展内部风险排查。

与信托端监管口径收紧相呼应,消费金融底层资产定价整改同步推进,多家持牌消金公司已将贷款利率上限压降至20%以内。

自2025年10月业内传出监管部门指导消金公司将新增贷款的综合融资成本降至20%以内,全行业逐步进行利率整改。今年4月17日,内蒙古蒙商消费金融股份有限公司发布公告称,公司新发放的贷款年化利率均控制在20%以内,根据客户资质差异化定价、按日计息。此外,北京阳光消费金融股份有限公司“欢喜贷”、南银法巴消费金融有限公司“诚易贷”产品利率区间分别调整至10.08%—20%、3.0%—19.8%。

理财青睐高评级消金ABS

多家理财公司向记者回应,目前尚未收到监管部门针对消费金融ABS投资的口头指导或书面文件,相关投资业务正常开展。近年来,银行理财对消费金融ABS的配置力度持续加大。据中金公司研究部梳理,2026年一季度银行理财持仓ABS规模达942亿元,环比增

长16%,规模修复主要由类REITs、泛消金类品种拉动。从持仓结构来看,理财资金主要配置优先级ABS,以AAA高评级品种为主。

中信证券首席经济学家明明表示,当前ABS存量持仓主体以信托公司、银行自营资金为主,叠加银行理财与险资等配置型资金,这类需求结构决定了此类产品价格波动较低。2025年ABS配置需求整体向稳健型资金倾斜,公募基金配置占比延续回落态势。

在理财公司看来,ABS具备独特的配置优势。“一方面,ABS属于低流动性固收品种,天然享有流动性溢价,票息收益更具优势,机构还可通过精细化交易调仓,持续增厚超额收益。另一方面,该品类可采用摊余成本法估值,适配理财产品稳健运作需求。叠加ABS自身波动较小特征,在债券市场调整周期中,能够有效平滑组合净值波动,发挥稳定底盘的作用。”某股份行理财公司人士说。

ABS供给扩容支撑配置

供给端扩容为理财资金布局消费金融

ABS提供支撑。中信建投研报统计,截至6月末,今年以来消金ABS累计发行规模4005.6亿元,同比增长17.6%。利率方面,6月新发产品票面利率中位数整体回落或持平:信贷ABS为1.79%(环比降13个基点),企业ABS为1.80%(环比持平),ABN为1.72%(环比降5个基点),利率中枢继续下移。

近日,个别助贷机构发生风险扰动事件。业内人士普遍认为,此类事件对ABS资产质量影响有限。对消金公司而言,ABS关乎其生存逻辑,由于无法吸储、融资渠道受限,消金公司表内业务极易触顶,ABS恰是盘活存量、优化报表、缓解资本压力的核心工具。其发行机制为:消金公司筛选个人消费贷款资产,构建同质化、分散化的资产池,通过SPV实现资产池真实出售,并将ABS分层为优先级、夹层级、劣后级。

业内人士预计,在消费提振政策陆续落地的背景下,消费金融底层资产将稳步扩容,互联网消金、银行不良贷款类及持有型不动产类ABS将延续增长态势。

精简线上服务入口 多家银行整合小程序

● 本报记者 李蕴奇

近日,民生银行发布公告称,该行将于10月31日起正式下线“民生银行对公线上银行”小程序,相关功能与服务整合至“民生银行e点通”小程序。今年以来,已有多家银行发布整合小程序的公告。专家分析,此轮小程序精简整合,是银行数字化从粗放式扩张转向精细化运营的具体体现。此举既能削减重复投入、实现降本增效,又能统一管控数据,降低合规风险。

整合小程序动作频频

中信银行信用卡中心今年以来对小程序的整合力度较大。6月23日,中信银行信用卡中心发布公告称,为向客户更好地提供服务,该行将“中信银行信用卡客服大厅”小程序功能迁移至“中信银行信用卡”小程序。1月4日和4月23日,该中心还分别发布了“信收付Lite”小程序停止服务公告和“中信福利社”小程序停止服务公告。

此外,6月15日,农业银行发布公告称,为了提供更便捷、高效的服务,该行将“农行微缴费”小程序整合至“农行微服务”小程序,“农行微缴费”小程序于6月30日24时下线。

从功能上看,小程序是银行通过科技手段赋能客户服务的重要抓手,也是银行数字营销的重要工具。国务院发展研究中心金融研究所副研究员于海撰文表示,金融机构小程序顺应个人金融服务线上化趋势,在客户触达、引流获客方面具有显著优势,能够显著提升金融机构营销效率。小程序无需下载安装即可使用,基本具备App功能,用户体验顺畅、产品推广便捷。工商银行表示,小程序已成为该行的亿级触客平台之一。

出于合规和降本考虑

“目前银行小程序以外包公司开发为主,部分银行金融科技子公司也会参与开发。”一位国有大行人士告诉记者。从公开信息来看,交银金融科技有限公司为交通银行上海市分行建设了“沪乐惠”小程序平台;一些银行通过招标形式,聘用外部供应商进行小程序开发、升级。根据工作量不同,银行小程序项目的采购价格从几十万元到数百万元不等。

4月14日,沧州银行发布小程序整合建设项目招标公告,招标范围包括建立沧州银行小程序、整合现有面客小程序等。5月22日,该行发布中标公告,西安榴莲网络科技有限公司以86万元的价格中标。

2025年3月,重庆银行发布了微信银行及微信小程序驻场人力采购项目的采购结果公告。公告称,该行小程序已覆盖产品、营销、宣传等维度,涉及众多业务部门。北京科蓝软件系统股份有限公司为该项目的拟成交供应商,交易金额743万元。

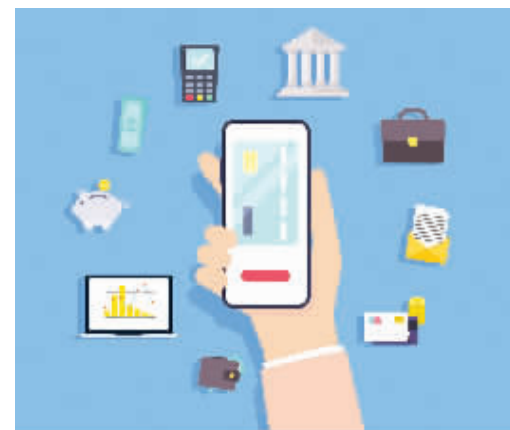
中国邮政储蓄银行研究员姜飞鹏认为,多家银行下线小程序,意在对标《金融业网络安全管理办法(征求意见稿)》相关监管思路,同时兼顾降本增效诉求。《金融业网络安全管理办法(征求意见稿)》提出,金融从业机构应当履行网络安全保护义务,对本机构网络安全负主体责任。小程序具有轻量化特点,难以满足日益严格的身份认证、数据本地化及反洗钱穿透式监管要求。银行整合小程序,迁移部分功能至手机银行App,可控性更强;同时,有助于降低银行的运维成本。

打造多功能获客平台

姜飞鹏认为,整合小程序反映了银行注重技术合规的大趋势。收缩分散的渠道能有效降低维护成本与外包风险,保障服务与数据资产沉淀在自有平台,以构建更强大的数字安全护城河。

国家金融与发展实验室副主任曾刚建议,银行应明确小程序与手机银行的渠道分工,对内建立小程序准入、运维、下线全流程制度,由总行统一把控合规、数据安全标准,定期清理低活跃度产品。运营层面,建议立足场景化获客优势,嵌入政务、社区、商圈生态拓展普惠触点,兼顾适老化改造。

江苏银行已经在小程序多场景获客方面进行实践。该行的“苏银生活”小程序定位于一站式民生服务平台,打通了政务、消费、文旅、金融等赛道,以数实融合模式触达更多用户。



视觉中国图片