

降息提额 营销加码 银行消费贷押注暑期经济

暑期消费旺季如期而至。亲子游学、海滨度假、家电换新……居民消费需求集中释放，一场围绕消费贷的银行营销热潮也同步升温。多家银行通过发放利率优惠券、微信立减金、赛事周边礼品等福利，同时借力财政贴息政策，多措并举展开揽客攻势。

8月13日，中国证券报记者走访北京地区多家银行网点发现，目前招商银行、北京银行等银行的消费贷最低年化利率为3.0%。部分产品在享受财政贴息后，实际利率进一步走低。同时，多家银行积极“提额”，消费贷额度上限已从30万元提升至50万元，甚至100万元。部分银行还支持先息后本等灵活还款方式。

客户端已感知这波营销热度，有消费者频频收到消费贷的营销电话及短信。业内人士表示，银行“让利”更多是出于阶段性提升获客量与业务规模的考量，难以长期持续；在利率下行与营销加码的双重作用下，如何避免过度营销、诱导超前消费，是值得关注的话题。

● 本报记者 张佳琳



视觉中国图片

“现在到8月底，申请我行消费贷产品京e贷，单笔提款10万元以上，有机会领取30元微信立减金。若提款存续时间在30天以上，有机会再领取100元微信立减金。”北京银行北京市海淀区某支行工作人员娜娜向记者表示，该行消费贷最低利率3.0%。

娜娜说，客户使用京e贷消费，可享受财政贴息，单户最高贴息3000元，贴息政策截至12月31日。此外，该行支持先息后本等灵活还款方式，具体根据客户需求匹配。

赠送礼品已成为银行消费贷线下揽客的“标配”。记者在多家银行营业网点看到，货架上摆满保温壶、水杯、吹风机、拉杆箱等礼品。据客户经理介绍，客户办理消费贷即可按需挑选礼品。

“消费补贴，限时贴息，即批即享。”记者调研发现，财政贴息优惠已经成为各家银行推广消费贷的重要营销抓手。

例如，交通银行宁波分行针对新客发

“现在3.0%基本是各家银行消费贷利率的底线。”某股份制银行人士表示。记者在调研过程中从多家银行印证了该人士的说法。

回顾消费贷利率走势，从早年的5%以上逐步下探，部分银行一度将最低利率降至2.5%左右。但过低的利率引发业界对银行资金空转、套利以及可持续经营的担忧，监管部门随后出手规范。

从负债端来看，当前不少商业银行一年期定期存款利率降至1.5%以下，多数银行

相似的场景在多家银行网点同步上演。在招商银行北京市海淀区某支行，客户经理小任告诉记者，该行消费贷产品“闪电贷”线上申请最高额度30万元，最低利率3.0%。“客户扫码申请，30秒后系统即可自动测出贷款额度和利率。有些客户能在系统里获得3%的利率优惠券。如果客户没有券，我们也可以帮着去申请。”

小任同时强调，3%的消费贷最低利率并非人人可享，系统会结合客户社保公积金

放3.00%—4.68%的利率优惠券，同时客户还可享受贴息政策。年贴息比例为1.0%，每位借款人每年在该行最高可享3000元的贴息补贴。该行纯信用消费贷款“惠民贷”，额度可达100万元，贷款期限可达7年。额度30万元以内全线上办理，一键申请快速出额。该业务支持先息后本、组合还款等多种还款方式。

此前，消费贷“国补”业务的贷款经办

三年期定期存款利率在1.8%以下。银行开展3%利率的消费贷业务似乎仍有利差空间，但考虑到消费贷属于信用类贷款，风险成本、运营成本、获客成本多数情况下高于抵押类贷款，实际利差并非表面上看到的那么多。

利率下行、优惠加码，本是降低居民融资成本、支持消费复苏的积极举措，但在实际执行过程中，一些乱象随之浮现。

“每天都要接到一两个自称是银行工作人员的贷款推销电话。”多位消费者反映，近

缴存、个人征信、负债水平等多维度信息自动完成差异化定价审核。若客户有更多资金需求，可提供资金用途等证明材料在线下申请，消费贷额度最高可提升至50万元。

从全国范围看，银行暑期消费贷营销已呈全面铺开之势。

江苏银行消费贷最高额度可达100万元。7月1日至9月30日，客户完成消费贷合同签约，可领取“苏超”周边礼品或5500个苏银豆；单笔借据支用金额达10万元，且借款

机构并不包括城商行、农商行。如今在地方政府支持下，由区域性银行深度参与的消费贷“地补”业务版图持续扩张，为消费市场注入金融活水。今年7月，东莞银行、东莞农商银行发布贷款贴息政策，对个人消费贷款实施贴息，最高贴息金额3000元。

江苏银行表示，财政贴息政策持续至12月31日，年度贴息比例1%。单人全年消费贷累计最高贴息3000元。以贷款10万元，用款

期消费贷营销力度明显加大，部分电话营销人员直接以“年化利率3%”的低息话术吸引客户，但对审批条件、逾期后果等关键信息模糊带过。

记者体验发现，部分银行在营销页面将“年化利率3%起”等字样放大，并标注“最高可借30万元”。待客户点击进入后才会显示银行该项业务具体展业区域、审批条件等。这种前置利好宣传、后置准入说明的营销方式，容易让消费者产生误解。

值得关注的是，低利率环境下，资金挪

时间满30天，也可领取“苏超”周边礼品或5500个苏银豆。

中国银行厦门分行推出“清凉一夏，E贷有礼”活动，年化利率低至3.1%，活动截止到9月30日。客户申请消费贷并成功签约，可获得28元微信立减金；当月累计提款5万元至10万元，且用款持续至当月月末，可获得50元微信立减金；当月累计提款10万元及以上，且用款持续至当月月末，可获得88元微信立减金。

1年为例，如贷款用途符合贴息政策，借款人全年可享受贴息1000元。

业内人士表示，暑期是传统消费旺季，居民的信贷需求处于阶段性高位，银行选择此时加大消费贷营销力度，有“以价换量”的考量。银行通过限时优惠挖掘潜在客户，既能完成信贷投放指标，也能在年末考核前提前储备客户资源。但这种利率优惠难以长期持续。

用与超前消费风险可能滋生。按照相关规定，消费贷资金只能用于装修、旅游、教育等消费用途，不得流入股市、楼市。但在实际操作中，由于部分银行贷后管理不到位，消费贷资金被挪作他用的情况时有发生。

业内人士提醒消费者，应根据自身实际需求和还款能力合理借贷，避免因短期利率优惠而背上长期债务负担。银行应切实承担起社会责任，规范消费贷营销行为，充分披露贷款利率和风险信息，将合适的产品推荐给合适的客户。

五年期大额存单重启 银行意图稳长期负债

● 本报记者 李蕴奇

在停售数月后，四家国有大型银行近期陆续重启五年期大额存单发行，产品最高年利率为1.6%。中国证券报记者实地走访多家银行营业网点发现，五年期大额存单额度充足，投资者认购热情平淡，银行客户经理推广意愿也不强。

业内人士认为，国有大行重启五年期大额存单，意在锁定长期资金，对冲巨量定期存款到期压力，拉长负债久期，这是利率下行周期稳定负债的阶段性操作，并非存款利率触底反弹的信号。受制于净息差持续承压，银行业难以大规模发行长期限大额存单。

投资者反应平淡

2025年11月，四家国有大行陆续下架五年期大额存单产品。在停售数月后，今年7月，中国银行率先发行2026年第一期五年期大额存单，此后农业银行、建设银行也重启发行，最高利率均为1.6%，起存金额20万元。8月1日，工商银行重新上架五年期大额存单，此次发行的两期产品年利率分别为1.60%和1.55%。

记者8月13日调研多家银行营业网点发现，银行对于五年期大额存单的销售热情一般。工商银行和农业银行的客户经理均表示，五年期大额存单额度较为充足，“没什么抢购难度”。另外，在听说记者考虑长期存款后，两位客户经理均向记者推销了保险产品，推销大额存单的热情不大。

目前四家国有大行的五年期大额存单最高年利率为1.6%，较三年期大额存单年利率只高出0.05个百分点，吸引力不足。投资者小新表示，自己愿意选择性价比更高的产品进行投资，也就是期限更灵活或者年利率水平更有吸引力的产品。退休的王女士则表示，国有大行三年期大额存单的年利率1.55%已稳定了一段时间，自己愿意选择三年期大额存单进行滚动投资。

稳定长期负债

国有大行的五年期大额存单已停售数月，为何近期重启销售？业内人士分析，银行推出该项举措，意在阶段性稳住长期负债规模。

邮储银行研究员娄飞鹏表示，当前银行业有效信贷需求不足，资产端收益率难以提升。从银行资产配置的角度看，发行五年期大额存单可以锁定较长期限资金，在利率下行周期中开展长期投资，从而缓解未来资产再投资时收益率下降的压力。

另外，今年将有大量居民定期存款到期，国有大行增加五年期大额存单供给，有助于稳定长期负债。中金公司根据42家A股上市银行存款重定价结构测算，今年到期的两年期及两年期以上居民定期存款规模约32万亿元，同比多增约4万亿元。

中国银河证券银行业分析师张一纬表示，存款成本降低和监管规则拟修订提升了大额存单的吸引力，为五年期大额存单产品重启创造了良好条件。6月，中国人民银行发布《大额存单管理办法（征求意见稿）》，拟将个人投资人认购大额存单起点金额设定为不低于20万元，同时提出第三方平台和银行自有渠道均可开展大额存单的转让、提前支取和赎回。若相关条款正式落地，有望增加大额存单的客户覆盖范围，提升大额存单的流动性。

难言利率触底反弹

娄飞鹏认为，国有大行重启五年期大额存单销售，本质上是利率下行周期中的市场化应对策略，而非利率触底反弹的信号。在目前银行业净息差处于历史低位的情况下，商业银行放量发行五年期大额存单的可能性较低。长期限存款将刚性抬高负债成本，会給缺乏中长期资产配置渠道的商业银行带来较大的成本压力。国有大行本身负债相对充裕，发行五年期大额存单的意愿有限；中小银行为争夺存款可能跟进，但受限于净息差收窄压力，也难以大规模发行。

中邮证券固定收益首席分析师梁伟超表示，近期四家国有大行重新上架大额存单，对于银行总体负债的影响并不大，但体现出银行对于长久期存款的诉求。在存款重定价、负债久期缩短的大背景下，银行正在通过发行普通金融债、大额存单等方式，缓解负债久期缩短的压力。

深入社区肌理 银行业打通金融服务“最后一公里”

● 本报记者 石诗语

紧邻山西银行晋城国贸支行的东岭巷社区占地0.3平方公里，常住人口4500余人，有300多家小微企业入驻。

“东岭巷社区区域狭小、人口密集、社情复杂。其中，‘一老一少’群体占到社区居民总数的45%左右，居民对线下、适老化便民金融服务的需求非常迫切。”山西省晋城市城区东街街道东岭巷社区党委书记李敏告诉中国证券报记者。

针对社区公共服务的薄弱环节，山西银行与社区共建“山银好邻里”金融便民服务站。该服务站已成为深入社区肌理的“金融邻居”与“生活伙伴”。

近年来，银行业开启了深层次的基层服务升级——从传统的柜台服务向社区生活延伸。扎根当地、打通金融服务“最后一公里”有了更具象的图景。

打造社区金融主力银行

“我们把网点打造为社区便民驿站，免费提供社保卡换卡、热力燃气缴费等便民服务，平时也为居民提供学生作业打印复印、雨傘借用等力所能及的方便。”山西银行晋城国贸支行党支部书记、行长王津向记者介绍。

记者调研时看到，国贸支行内设有国家级户外劳动者爱心驿站，这里配备有冰箱、微波炉、轮椅、婴儿车、血压仪、血氧仪、助听器以及各类常用药品。

“这里对所有居民免费开放，环卫工人、外卖小哥等户外劳动者渴了、累了都可以进来歇脚、喝水，手机没电了可以进来充电。”王津说。



山西银行晋城国贸支行户外劳动者爱心驿站

本报记者 石诗语 摄

放置在角落的AED（自动体外除颤器）在这里并不是一个摆设。“我们支行有8名员工完成了红十字会的专业培训，拿到了相应的证书。在突发状况下，我们可参与紧急救护。”王津介绍。

对于辖区内商户，山西银行各支行实现网格化覆盖，通过优化账户开户流程、投放小微经营贷款、开通商户收款二维码等，为企业提供便利。

深耕社区服务

山西银行的行动是中小银行扎根当地、服务地方的缩影。近年来，越来越多的银行

分支机构深入社区，提供金融综合服务。

7月22日，北京农商银行工作人员走进北京市水厂路社区，集中为辖区老人、小朋友办理第三代社保卡，并为行动不便的特殊老人提供入户办理服务。

恒丰银行咸阳分行网点工作人员近日走进咸阳市两寺渡村，为行动不便的村民提供上门金融服务，现场解决村民存单到期续存的实际问题。

“不仅要让老百姓走进银行网点，也要把我们的服务送出去。”王津表示，截至目前，其所在支行今年以来外出上门服务30余次，“山银跑腿”服务已在山西省各家分行全面推广。

做好反诈宣传、守护老百姓的“钱袋