

中收“战事”正酣

本报记者 秦玉芳 广州报道

随着净息差的持续收窄，银行愈加重视通过提升中间业务收入(以下简称“中收”)改善经营业绩。但近日陆续公布的2023年年

手续费下滑拖累中收业绩

去年银行代销类的业务收入普遍受到了明显影响，再加上减费让利等各项政策的落地，整体来看银行中间非息收入波动较大。

年报数据显示，2023年银行非息收入普遍下降，其中财富管理手续费及佣金等中间业务营收增幅下行趋势明显。

平安银行(000001.SZ)年报显示，2023年集团实现非利息净收入467.08亿元，同比下降6.1%。其中手续费及佣金净收入294.30亿元，同比下降2.6%；其他非利息净收入172.78亿元，同比下降11.7%。

招商银行(600036.SH)2023年实现非利息净收入1244.54亿元，同比下降1.65%。其中，手续费及佣金净收入841.08亿元，同比下降10.78%。

工商银行(601398.SH)2023年实现非息收入1514.45亿元，同比增长0.7%。其中，手续费及佣金净收入1193.57亿元，同比下降7.7%。

银行非息收入下降有多方面原因，财富管理手续费及佣金收入下降是其中重要因素。招商银行年报显示，2023年手续费及佣金收入中，财富管理手续费及佣金收入284.66亿元，同比下降7.89%。

此外基金、理财等代销业务压力更为凸显。平安银行2023年实现代理个人理财收入9.48亿元，同比下降5.7%。招商银行2023年实现代销理财收入54.24亿元，同比下降18.37%；代理基金收入51.79亿元，同比下降21.52%；代理信托计划收入32.06亿元，同比下降19.43%。

招商银行副行长兼财务负责人彭家文在年报发布会上表示，去年银行业手续费及佣金收入方面都面临比较大的压力，招商银行也受到比较大的影响。

在彭家文看来，主要包括三

报显示，不少上市银行非息收入不升反降趋势明显，尤其中间业务普遍承压。其中，受理财、公募基金等产品代销业务波动影响，部分银行手续费及佣金收入同比降幅较大。

业内分析认为，低利率环境下发展中间业务、提高非息收入依然是银行发展的重点，不少银行也在积极进行产品结构调整和存量客群经营，不过仍面临不小挑战；下一步银行在服务范

围和创新力、金融科技的发展应用等方面仍具有较大的发展潜力和空间，需要进一步调整中间业务结构，提高创新能力，将业务重心向高附加值业务转移。



数据来源：中国银行业协会

个方面的影响因素。“一方面，业务量增长放缓或减少带来了收入的下降，比如权益类产品托管总量下降幅度达到了4.55%，使得相关业务营收出现明显下降，拖累整体营收。另一方面，去年资本市场波动使得整个权益类的结构里将费率相对较高的权益类产品压缩，理财产品中也将费率相对高的非现金产品转向费率相对更低的现金类产品，整体产品结构的变化也导致了收入的下降。此外，减费让利，保险、基金费率改革等系列政策的影响，也影响了整体手续费的收入。”

招联首席研究员、复旦大学金融研究院兼职研究员董希淼也指出，去年以来，受金融市场变化的影响，投资者风险偏好下降，基金股票价格波动大，理财产品也不稳定，银行代销类的业务收入普遍受到了明显的影响；再加上减费让利等各项政策的落地，整体来看银行中间非息收入波动较大。

与基金、理财、信托等代理业务相比，代理保险业务成为少数拉

升中收的亮点之一。

招商银行2023年代理保险收入135.85亿元，同比增长9.33%。平安银行2023年实现代理个人保险收入29.89亿元，同比增长50.7%。中信银行(601998.SH)2023年代理业务手续费比上年增加1.63亿元，增长2.86%。中信银行在年报中明确，主要是市场波动影响下，客户避险情绪及需求上升，保险代理手续费及佣金收入增长。

董希淼认为，去年基金股票下跌、银行理财不稳的环境下，保险成了很多投资者进行理财配置的重要选择，这也使得很多保险代理机构的相关业务快速增长。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜指出，在市场波动的影响下，客户避险情绪和需求上升，代销保险业务出现较明显增长，这在一定程度上抵消了理财、基金代销业务下滑。

不过，随着保险降费政策的影响，代理保险业务面临的压力也在逐步显现。招商银行在2023年年报中披露，受银保渠道降费影响，增幅较前三季度有所收窄。

某银行零售业务人士向《中

国经营报》记者表示，今年一季度开始，保险降费政策进一步落地，对代理手续费的影响也越来越大，不过整体来看投资者对保险产品的配置需求越来越高，销售量也明显增大，以量补价综合下来收入有所增加。“今年我们对保险产品的销售力度还将继续加大。”

此外，随着手续费率改革和银保渠道的合作持续深入，银保业务对银行中收影响也将呈现新的趋势。平安证券在最新研报中分析认为，2023年下半年以来，多项监管规定与行业自律公约落实后，行业费率水平趋于一致，银保渠道的竞争焦点将从手续费转向保险公司和银行的合作关系，银保业务发展亟须合作模式焕新，预计头部险企有望率先突出重围。

在柏文喜看来，尽管银行代理业务在2023年面临诸多挑战，但保险代销业务的增长以及理财和基金代销业务的调整，为银行提供了新的发展机遇。同时，银行在财富管理代销业务方面也在不断调整和优化，以适应市场变化和客户需求。

深耕存量调整产品结构

银行应逐步调整中间业务结构，将发展重点从账户管理、支付结算等传统中间业务向高附加值业务转移。

银行也在积极推进中收业务的调整。

招商银行在年报中指出，2024年将继续推进大财富管理业务发展，财富管理客群扩面和挖潜并重，加大产品创新力度，挖掘重点客户的资产配置潜力，密切关注权益市场回暖机遇，优化保险、基金、理财等产品结构，量价并举，提升财富管理手续费及佣金收入贡献，推动非利息净收入保持高质量发展。

彭家文强调，关键是要抓客群，通过客群的扩面带来收入的增长，是一个非常重要的源头性因素，同时也要重点抓存量客户经营，“如何加强存量客户的经营，通过为客户创造价值来带动我们手续费收入的增长，这也是我们接下来要做的一项重点工作。”

此外，中国银行业协会发布《中国银行业中间业务发展报告暨创新案例选编(2023)》(以下简称《报告》)指出，目前各行通过加大市场拓展、发力产品创新、借力金融科技等多样化手段，进一步围绕客户资产管理、消费升级、线上支付等金融需求，促进中间业务高质量发展。

同时，银行针对财富管理代理代销业务也在积极布局。中国信息协会常务理事、国研新经济研究院创始院长朱克力表示，与此前相比，近来银行代理业务发展呈现出更加注重风险管理、客户体验和产品创新的特点和趋势，开始加强风险评估和合规管理，同时提升服务质量，以应对市场的不断变化。

彭家文透露，招商银行也将优化产品结构安排，希望通过量的增长和保险结构的变化，能够在一定程度上缓释降费政策的影响。“我们将加大分红性保险保障产品的占比，同时推动量的增长，通过客群扩面以及产品结构、机制等安排，尽量减少手续费收入受外部政策的影响。”

中信银行在年报中也强调，该行坚持价值化转型，业务结构持续优化；2023年长期保障型产品销量占比50.73%。

平安银行也在聚焦产品服务升级，优化产品筛选、引入及定制

能力，丰富、优化产品货架。该行在年报中强调，代理保险产品上，其借助平安集团“综合金融+医疗健康”生态优势，敏捷定制有市场前景性、客户吸引力的保险产品。

国内咨询机构科方得Co-Found智库研究负责人张新原指出，去年以来，基金、理财等代理业务表现普遍不佳，不少银行相关营收同比下降；与此前相比，近来银行代理业务发展业务重心转向、产品结构调整和创新也在加强。

业内普遍认为，发展中收业务、提高非息收入，是低利率环境下银行业务发展的必然选择。随着市场环境的回暖，银行中收业务对营收贡献率也在逐步提升。

光大银行(601818.SH)金融市场部宏观研究员周茂华指出，我国经济保持良好恢复态势，消费稳步修复，企业盈利改善，经济长期向好，机构积极转型发展，这些为机构中间业务复苏、发展提供有力支持。

上述银行零售业务人士表示，在各种政策政策性因素的加持下，目前资本市场也有望筑底回升，未来在债券、票据等市场都会有一些结构性的机会，这些机会也会为银行中收的增长带来一些结构性的机会。

《报告》指出，目前我国商业银行面临的宏观经济形势、金融监管趋势和金融发展态势都正在发生持续深刻改变，在我国经济步入新的发展阶段、经济前景长期向好的背景下，国内商业银行中间业务在收入总量和收入结构、服务范围和创新力、服务收费理念、金融科技的发展应用等方面仍具有较大的发展潜力和空间。

董希淼表示，如果从手续费及佣金收入占营业收入的比例看，我国商业银行与国际领先银行的差距并不大，主要差距在于其他创新型、多元化的非利息收入。“对监管而言，应有序推进综合经营，鼓励银行良性创新，通过丰富的产品和服务供给更好服务实体经济，以获得多元化收入；对银行而言，应逐步调整中间业务结构，将发展重点从账户管理、支付结算等传统中间业务向高附加值业务转移。”

文旅“网红”走向“长红”的金融密码

本报记者 王珂瑾 北京报道

不远千里而来，只为一碗色泽光亮、油润咸香的麻辣烫。一碗美食带火了一座城，近期甘肃天水迎来了文旅流量的“泼天富贵”。

面对爆火的流量和新消费热点，国家金融监督管理总局甘肃监管局迅速部署，指导辖内金融机构聚焦文旅产业链供应链上下游，主动上门对接“麻辣烫”商户及其相关产业，通过减免结算手续费多种方式，满足景区个体工商户、周边酒店民宿及辣椒、花椒、蔬菜等种植企业金融需求。

《中国经营报》记者注意到，包括建设银行(601939.SH)、农业银行(601288.SH)、邮储银行(601658.SH)等多家银行纷纷行动起来，从B端和C端同时发力，推出“麻辣烫贷”“辣椒贷”以及促进支付顺畅的活动，助力麻辣烫“热辣滚烫”。

近年来，从淄博烧烤到哈尔滨冰雪再到天水麻辣烫，现象级文旅热潮层出不穷。但流量和热度也可能面临着消减，“金融+文旅”应当如何发力，才能助力“网红”走向“长红”？

B端C端同时发力

在天水街边的一家麻辣烫店，串成串的豆制品、蔬菜、丸子等食材整整齐齐地摆放在冷柜里。老板把食客选好的一把把菜放进沸腾的大锅，烫熟、装盘、舀汤、撒料，最后用一勺鲜红油亮的油泼辣子赋予灵魂，香气顿时在盘里炸开。

麻辣烫，辣是其中重要的滋味。天水市甘谷县是闻名国内的“辣椒之乡”，其盛产的羊角辣椒，以其椒身长、皮质厚、色泽好、辣味浓、油分多而享有盛誉。

记者从邮储银行了解到，该行甘谷县支行经过大量调查，对当地辣椒产业的种植、加工、销售等全产业链创新推出特色信贷产品“辣椒贷”，提供专业的金融支持。

除辣椒外，花椒也是麻辣烫中的重要风味来源。花椒产业是天水麦积区龙镇的三大主导产业之一，那里的花椒色泽丹红，粒大油

重。为助力花椒产业蓬勃发展，农业银行甘肃天水麦积支行通过上门建档、线上授信，一站式解决花椒种植户资金问题。

其实，作为传统农业大省，天水麻辣烫火爆的背后是优质农特产品多年品质积累的缩影：“辣椒之乡”甘谷县的羊角辣椒，“中国花椒之乡”天水的大红袍花椒，永昌丝路寒旱蔬菜产业带的高原夏菜……这些麻辣烫中的食材原料，让天水麻辣烫“热辣滚烫”。

在此背景下，邮储银行甘肃省分行围绕陇原特色优势产业发展布局，目前已形成“辣椒贷”“花椒贷”“半夏贷”“百合贷”“苹果贷”“陇药产业贷”等农业特色产业贷，满足当地企业及农户的个性化融资需求，护航特色产业高质量发展。

除了从麻辣烫的源头——农产品生产进行支持，银行还在麻

“金融+文旅”需要长效机制

一碗麻辣烫“流量密码”的背后不仅仅涉及当地农产品产业，还有独具特色的文化旅游资源。近年来，“金融+文旅”融合发展成为多家银行机构发力的方向。

苏筱芮认为，银行机构支持文旅、娱乐产业发展，可以从三方面思路切入：“第一是支付结算，为文旅、娱乐产业领域的企业、中小商户以及消费者提供便捷好用的支付产品以及结算手段；第二是消费促活，可考虑通过线上、线下渠道为文旅、娱乐产业开启专项促进

活动，使得文旅、娱乐产业内的优质内容及服务直接触达消费者；第三是投融资便利，为文旅、娱乐产业中有资金需求的企业及时提供投融资相关服务，利用新型科技及其他手段简化服务流程，提升客户金融服务的可获得感。”

在知名经济学家盘和林看来，“金融+文旅”主要的创新趋势是游客流量和金融服务的结合。“比如定制化产品，针对某一地区的网红现象推出主题信用卡，给予金融消费者权益优惠，扩大金融产品销量。

此外，给予金融机构一定政策支持，让金融机构看到确定性，多方合作助力保持长期用户流量，将短期‘网红’变为长期‘走红’，也十分重要。”

流量来得快，可能也会面临“潮水”退去快的情况，因此，金融机构业务风控需要提前预判。苏筱芮表示：“银行在推出配套创新产品时需要关注企业的成立年限、经营范围、主营特色优势、市场口碑评价、主管人员工作经验等方面，结合本行过往的风险管理策略做好授信工作。”

HK)天水分行针对“麻辣烫吃货节”活动，围绕城市形象宣传、业务宣传等进行重点安排部署，成立了现场宣传、便民专车服务和线上宣传三个工作小组，分别负责活动现场宣传、主要路线流动宣传和微视频线上宣传工作。结合天水四合院外地游客多、网红打卡点和天水古城本地游客多、民众热度高的特点，甘肃银行天水分行工作人员向参加活动的

外地游客介绍天水人文历史和风土人情，向本地企业和民众介绍宣传甘肃银行业务和惠企利民政策。

此外，国家金融监督管理总局甘肃监管局还鼓励保险公司主动作为，积极为来天水游客提供优质服务和全面风险保障举措，推出“麻辣保”旅行意外险，全方位护航游客安全。

“在甘肃，一批‘麻辣贷’‘麻辣保’等金融产品开始兴起，表明金融

机构积极针对市场变化和客户需求创新金融产品，响应速度较快，值得肯定。这在一定程度上可以更好地满足天水麻辣烫相关产业、企业和个体工商户的需求，支持他们扩大再生产、提高服务水平，这是金融机构服务中小微企业、推动经济复苏向好的具体举措。”招联金融首席研究员、复旦大学金融研究院兼职研究员董希淼分析认为。

素喜智研特约研究员苏筱芮亦认为，对于网红流量进行金融支持，此次甘肃的金融行动确实成为了一种优秀范例。“以商业银行为例，可以从B端切入，通过优化供应链业务、降低收款手续费等举措来助力当地企业和商户经营，激发当地相关企业和商户的经营活力，同时也可以把减费让利举措间接传导至C端消费者，从而更好地提振消费和实体经济。”

实实在在的资金赋能地方经济，也要扎实做好前期调研工作，在创新的同时防范好金融风险。

无论下一个网红打卡地是否会出现，金融支持文旅相关产业的发展方向不会动摇。谈及如何形成长效金融机制助力文旅相关产业高质量发展，苏筱芮表示：“一方面，需要金融机构持续深耕文旅产业金融，做好企业资源的积累及服务模式的研究；另一方面，也可以针对爆火的相关典型案例进行深入研究，以便在下次风口到来之际高效展开行动。”