

银行围堵大额存单“黄牛代抢”

本报记者 郝亚娟 张荣旺
上海 北京报道

大额存单上线秒罄,就连转让区的大额存单也很难抢。面对火爆的市场需求,一些黄牛和“服务商”

打击黑灰产非法行为

“在代抢过程中,投资者需要提供个人银行账户信息,增加了个人信息泄露的风险。”

“手速拼不上,刷了一天也没抢到大量存单。”上海的吴女士在某银行交流群里说。

另一位群成员则表示:“以前手动就能买到,现在黄牛用外挂软件时刻检测,根本抢不到。”

在此背景下,外挂软件成了“抢单神器”,不少黄牛做起了代抢生意。其中一位黄牛表示:“外挂软件抢到后,再发送账号密码。”

康德智库专家、北京市两高(上海)律师事务所律师郭凤丽指出,代抢大额存单现象的存在,一定程度上反映了市场信息不对称和投机行为的泛滥。“黄牛利用技术手段和快速反应能力,抢占市场先机,从中牟取利益。”

融360数字科技研究院分析师艾亚文指出,代抢大额存单可能违反银行的销售规定和金融监管政策,如果内部人员违规操作,可能会触犯法律法规,投资者和代抢者都将可能面临处罚。“此外,投资者将资金交给代抢者,存在资金被挪用

银行如何“治标治本”?

投资者应选择正规渠道购买大额存单产品,避免使用不明来源的技术工具进行交易。

星图金融研究院研究员武泽伟提到,当前大额存单市场供需明显失衡。一方面,由于净息差收窄,银行被迫降低负债成本,利率相对较高的大额存单首当其冲,供给明显减少;另一方面,出于对安全资产的青睐,居民对于大额存单的需求反而持续增长。

“银行存款利率持续下行,非对称的下调模式导致利率曲线日趋平坦化,较高利率的中长期大额存单变得更加稀缺,购买难度有所增大,部分投资者试图通过其他渠道购买这些产品。”中国银行(601988.SH)研究院银行业与综合经营团队主管邵科也提到。

不过,投资者抢购大额存单,出发点是为了追求保本高收益,而如果通过黄牛代抢,很可能背道而驰。在郭凤丽看来,代抢大额存单虽然在一定程度上满足了部分投资

一线调研

做起了代抢生意,利用技术手段或外挂工具,在大额存单上线的瞬间迅速抢购,再转卖给需要的储户。

这一现象也引起银行方面的注意。《中国经营报》记者采访了解到,多家银行已采取人脸识别、限制

或诈骗的风险,在代抢过程中,投资者需要提供个人银行账户信息,增加了个人信息泄露的风险,可能导致资金被盗或身份被冒用。”

中国企业资本联盟副理事长柏文喜指出,黄牛代抢大额存单存在以下风险:一是扰乱了正常的市场秩序,使得原本公平竞争的市场变得不公平;二是如果大量资金被黄牛抢购,银行可能会面临无法满足正常储户需求的情况,进而影响银行的信誉和业务;三是如果代抢行为被发现并受到惩罚,那么投资者可能需要承担相应的经济损失。

“代抢中介在抢购成功后,可能不及时将存单交付给投资者或存在欺诈行为,导致投资者资金损失。此外,部分代抢中介还可能利用技术手段进行非法操作,进一步增加资金安全风险。”郭凤丽补充道。

面对大额存单代抢乱象,银行方面积极围堵。众邦银行相关负责人在接受记者采访时表示:“近期,我行关注到个别自媒体发布了我行

者的需求,但其背后存在的风险不容忽视。投资者应保持理性投资态度,增强风险防范意识,选择正规渠道进行交易。同时,银行也应加强监管和打击力度,维护市场秩序和投资者权益。

黄大智指出,针对该现象,银行须“软硬皆施”,一方面开发更多风控手段,制止此类行为;另一方面,加强投资者教育,提示大额存单代抢存在个人信息泄露、资金安全的风险。

随着居民财富快速积累,投资者教育亟待加强。贝塔数据与中国社会科学院金融研究所联合发布的《中国财富管理行业投资者教育研究报告》指出,随着投资者及其财富结构日趋多元,专业投资者教育的需求也呈现多元和复杂化,过于标准化、模式化的投教内容和方式难以满足投资者的个性化投教需求。

任体现。国家金融监督管理总局日前发布《关于银行业保险业做好金融“五篇文章”的指导意见》,其中针对普惠金融发展,鼓励银行根据涉农经营主体的融资需求特点,探索丰富增信方式,优化涉农

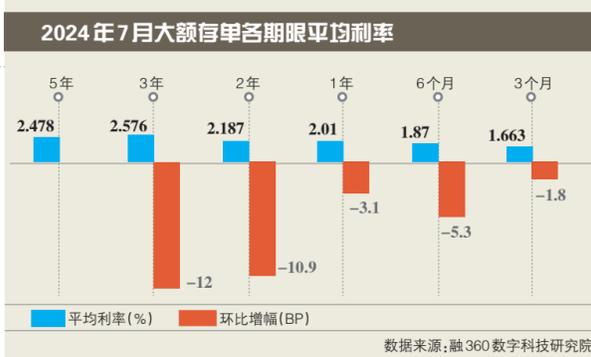
北方地区和云南地区两类。南北方的差异存在于种植方式、产量、投入、产品周期等多个方面,同时由于蓝莓生长的特殊性,对温度和天气也有一定要求,北方地区前期需要投入设施建设,通过建设大棚控制温度。“但是一个大棚建设投资费用近30万元,企业对资金需求比较大。”

“对于银行而言,农业企业的风险比较大。以蓝莓为例,前期投入是9个月,后面3个月才有相应回报。其间,自然天气的低温、高温或者旱灾都会造成较大损失,这让银行对信贷风险会有所担忧。”何伟表示,“农业企业在银行获得贷款很

烟台爱陶漳食品有限公司是一家以生产经营及代工为主导的企业,于2017年建设投产,主要从事莱阳梨膏、梨膏棒棒糖、梨膏爆浆软

IP、请求有差别受限访问等方式进行管控,打击外挂、恶意抢单等黑灰产行为。

星图金融研究院研究员黄大智指出,投资者购买大额存单,本身为



发行的大额存单存在代抢情况的相关文章。个别客户和媒体向我行反馈,闲鱼App上存在黄牛代抢众邦银行大额存单现象。了解到这一情况后,我行上下高度重视,立即组织相关核查、应对工作。对于用户信息安全,我行对客户本人的验证方式,除交易密码外,还采用人脸核身、短信验证码、鉴权等多因素组合的方式,确保关键交易均为本人操作。在技术手段上,针对机器脚本、外挂、恶意抢单等黑灰产行为,通过采取人脸识别、限制IP、请求有差别受限访问等方式进行管控,打击黑灰产非法行为。”

新网银行相关负责人表示,该

其中,千禧一代与财富女掌柜这两类投资者群体高速增长,需求缺口巨大。

上海交通大学上海高级金融学院与嘉信理财联合发布《2023中国居民金融素养报告》指出,安全与保障是居民金融素养中最为薄弱的环节;货币与银行、储蓄与投资是得分较低的两个维度。

郭凤丽建议,投资者应选择正规渠道购买大额存单产品,避免使用不明来源的技术工具进行交易。同时,银行也应加强对代抢行为的监管和打击力度,维护市场秩序和投资者权益。

“针对代抢行为,后期我行将通过科技手段上线‘智能验证码’模块,将有效识别并拦截机器操作,并通过技术手段设置为必经流程;此外还会从系统安全层面做进一步优化,将拦截工作前置化,形成

金融产品和服务模式。

普惠金融的核心是让经济社会发展的薄弱环节和弱势群体享受平等的金融服务。尤其针对涉农领域信用等级较低的经营主体,单笔金额小、整体风险偏高,

难。在银行给农业企业贷款时,有的银行偏向于企业有多元化产业经营,有的银行青睐于企业有国资股东背景,更直接的是银行要企业能够拿出足值的可抵押资产。”

光大银行(601818.SH)人士表示,近几年沃林蓝莓的业务和规模在持续扩大,企业产生了新的流动资金需求。了解到这一情况,光大银行青岛分行主动对接,根据企业自身实际,以林权抵押的方式为企业投放了一年期流动资金贷款1000万元。

“农业企业的林权抵押贷款是一个突破,拓宽了小微企业和农业企业的融资渠道。”何伟认为。

糖等生产,产品畅销全国各地,与秋田满满、金豆芽、盼盼等品牌均有合作。同时,为了满足现代人对绿色健康食品的追求,为客户提供充足

了资金保本,但通过黄牛去抢购大额存单面临风险,比如个人信息泄露风险和资金安全风险,“以承担风险的前提去谋求一个确定性的收益,这其实非常矛盾”。

行一直重视公平透明的交易环境,已建立大额存单防代抢校验机制,针对机器抢购行为进行拦截,切实保护消费者权益,助力打造公平的市场交易环境。

“对于银行来说,如果黄牛开发了外挂软件抢单,可能需要采取一些措施来应对。一种方法是加强系统的防范和监测,及时发现并阻止外挂软件运行。另一种方法是推出一些新的措施来满足市场需求,如增加存单的数量、调整释放时间、优化购买流程等。此外,银行还可以考虑与监管机构合作,共同打击黄牛代抢的行为。”柏文喜表示。

防黑灰产的系统平台。”前述受访众邦银行相关负责人向记者透露。

柏文喜表示,黄牛代抢大额存单是一种不健康的市场现象,银行应该加强自身的防范措施,同时监管机构也应该加强监管,以维护市场的公平和秩序。

“下一步,还应促进投资者教育和投资者权益保护相结合。如果说投资者教育的重要内容之一是向投资者提示或警示潜在风险,那投资者权益保护则是财富管理机构从自身管理流程出发,通过制度化、流程化、规范化来降低金融产品销售和保有过程中可能出现的人为操作风险。财富管理机构要做到‘卖者尽责’,不仅要履行信息披露和普及的责任,也要履行规范管理、降低从业人员违规风险的责任。”广开首席产业研究院院长兼首席经济学家连平曾撰文指出。

与传统银行信贷格格不入。如何破解涉农企业的融资难问题,《中国经营报》记者于近期走访了山东青岛、烟台两地,详细了解了银行在对涉农企业信贷投放上的金融创新。

“由于林权贷款涉及到评估、抵押等问题,青岛分行多次到企业走访,向当地相关部门了解情况,并与总行及时沟通,全力推进该笔业务落地。”光大银行青岛分行普惠金融部总经理赵峻告诉记者,近几年,青岛分行积极推进产品创新,多产品、多渠道支持小微企业、涉农企业发展,同时该行与保险公司联合推出了知识产权质押保险贷款,并实现落地。

据了解,光大银行青岛分行用3年的时间,普惠金融贷款规模实现了翻番。截至2024年6月末,青岛分行普惠金融贷款余额突破100亿元,且资产质量在较好水平。

的安全材料,公司成立了家雀百果园农业专业合作社,承包土地进行原材料的绿色种植。

紧追“商旅文体展”热潮 银行多措并举助推消费

本报记者 郝亚娟 张荣旺
上海 北京报道

追一场音乐会,游一座城;去一座城,看一场剧;为一座博物馆,赴一座城……如今,“音乐+旅游”“演出+旅游”“赛事+旅游”等各类创新融合消费场景成为很多人出行的新风尚。

近日,国家发展改革委、文化和旅游部、商务部等五部门联合印发《关于打造消费新场景培育消费新增长点的措施》,提出“推动购物消费多元融合发展,打造商旅文体融合的新

解锁服务消费新模式

当前越来越多人利用周末来一场说走就走的演唱会之旅,“年轻人热衷做演唱会特种兵”等话题不断冲上热搜。除了演唱会,音乐节、漫展以及网红景点都成为拉动文旅消费的“引擎”。

国家统计局数据显示,今年上半年,服务零售额同比增长7.5%,增速比同期商品零售额增速快4.3个百分点。

广开首席产业研究院院长兼首席经济学家、中国首席经济学家论坛理事长连平指出,从需求端来看,当前我国消费主力人群已呈现年轻化的特点,80后至00后正在成长为消费的主力军。这一消费人群在物质消费需求得到基本满足后,开始更加注重生活品质、个人兴趣和健康养生等精神消费需求。他们乐于尝试新鲜事物,个性化服务消费

加快兴起,在餐饮、文旅、体育、艺术、健康等方面愿意花费更多。据统计,在兴趣消费人群中,蕴含着社交、悦己等情感属性的兴趣消费平均月支出占比为27.6%。此外,新中产阶层的崛起将催生更多的服务需求。他们通常具备较高的收入水平,受过较好的教育,更追求精神层面的享受以及消费的便捷性。

信用卡行业专家葛亮分析,服务消费趋势呈现三大特点:一是围绕数字经济衍生出的新型消费场景,包括直播带货、线上教育、网约车等;二是聚焦特殊人群比如银发经济,产生出新的服务消费功能;三是全国各城挖掘城市观光旅游

服务消费与金融跨界联动

面对服务消费模式和场景的变化,银行也在创新相关产品和服务。交通银行(601328.SH)零售信贷部相关人员在接受记者采访时表示:“消费者对提升服务品质、丰富消费场景、优化消费环境等方面也提出了更高要求。从早期的网络购物到如今的视频直播购物,从传统批发零售的改造升级到企业上云的数字商贸,从电商向数字政务、数字学习、数字出行、数字健康等各领域延伸。这对商业银行如何定位服务消费的客户群、在合适的时间以合适的方式提供消费金融产品以及如何有机平衡风险与收益提出了新的命题。”

8月23日,建设银行(601939.SH)上海市分行与复旦大学消费大数据实验室联合发布“商旅文体展”联动指数。该指数是在市商委指导下,双方共建联动大模型机制,形成的首批大模型成果。通过评估商业、旅游、文化、体育与展览各项活动对城市促进消费的实际效果,展现“商旅文体展”联动带来的促进效应。

招商银行(600036.SH)信用卡相关负责人在接受记者采访时表示,该行聚焦节假日和旅行两大消费热点,开展多样精准营销活动。一方面围绕节

型消费空间”。

《中国经营报》记者注意到,随着“商旅文体展”不断升温,银行推出相关举措。上海经邑产业数智研究院副院长沈佳庆指出,银行促进服务消费可以从三方面发力:一是供给端场景,通过打造高品质消费平台,集聚一批优质商家提供服务产品;二是需求端场景,结合消费贷、信用卡等服务,营造促进消费、乐于消费环境;三是支付端场景,在支付平台打造、数字人民币应用等环节做到无缝对接。

带动周边旅游、餐饮、演出等。

“可以看到,服务消费层次变得越来越多元,相比实物消费呈现更为复杂的结构。”沈佳庆在接受记者采访时指出,服务消费第一层是针对个人和家庭日常需求的服务,如餐饮、旅游、医疗、教育、文化娱乐以及家政服务;第二层是针对商品生产和销售过程中需要的服务,如物流、保险、金融、法律和咨询等服务,属于生产性服务的范畴;第三层是指高附加值、高技术含量和高创新性的服务,如软件开发、设计、信息技术、环境保护、新能源以及文化创意等。

中国银行(601988.SH)研究院银行业与综合经营团队主管邵科分析,服务消费呈现以下几个特点:规模快速增长,我国消费结构按照“非耐用品—耐用品—服务”的规律稳步升级,服务消费逐渐成为拉动消费增长的主导力量,主要体现在服务零售额增速持续快于商品零售额;移动互联网、大数据、人工智能等科技推动服务消费业态持续创新,“互联网+”服务、线上线下融合等模式不断涌现,数字赋能服务消费场景发展,不断提升服务消费的便利化、智能化、个性化水平;居民消费习惯、消费理念持续变化,年轻人追求个性化、高品质消费的动机日益增强,体验、社交、时尚等精神消费需求大幅提升,老年人的康养、文娱、旅游等服务消费方兴未艾;跨境服务消费稳步增长,跨境旅游、教育、文娱、医疗等服务消费需求保持增长。

假日,推出营销活动,激发消费热情;另一方面,敏锐洞察到旅游已成为居民新周期下确定性消费的增长点,推出“非常旅游”系列主题营销,提供旅游场景的消费服务与优惠。

“除了服务到客户,我们还连接了商户,打通了供需两端,连接了10万家商户的庞大经营生态,能够深入场景,多元化满足用户‘假期出游’‘电商购物’等多样消费需求,持续提升消费动能。”前述受访招商银行信用卡相关负责人表示。

邵科建议,银行支持服务消费可以围绕餐饮家政、养老托育、交通信息、文化教育、旅游娱乐、康养医疗、运动健身等细分市场发力;第一,深入挖掘各服务消费场景的特点,打造更有针对性的系列消费贷款产品,加大对重点消费领域的支持力度,加快形成消费金融品牌;第二,优化移动支付服务,根据不同年龄段及区域消费者提供差异化的支付优惠措施,联合平台及商家推出消费满减、折扣以及信用卡积分奖励等活动,覆盖各类服务消费场景;第三,支持服务消费的供给侧发展,结合相关产业的发展趋势和经营特点,降低授信门槛,拓宽贷款抵押以及担保范围,提升支持力度。