

# 消费贷图鉴

本报记者 王柯瑾 北京报道

2024年年末,社会各界民众纷纷投身于节日筹备的浪潮中,各类消费活动呈现出蓬勃发展的态势,不仅为市场注入了新的活力,也有

## 利率走势分化

消费者在享受消费信贷带来便利的同时,需充分考虑自身财务情况,避免非理性过度借贷超前消费。

从悉心搜罗年货、打点返乡行程、策划外出旅游,到参与聚会盛宴、逛传统市集、家中精心布置……岁末欢庆佳节的序幕悄然开启。在此背景下,银行消费信贷业务再次掀起高潮。

纵观2024年,消费信贷业务竞争激烈,不少银行个人消费贷款利率在2%~3%之间,更有银行利率进入“1字头”。

中国人民银行发布的2024年三季度金融机构贷款投向统计报告显示,不含个人住房贷款的消费性贷款余额达20.43万亿元,同比增长5.8%,前三季度增加6578亿元。

记者注意到,临近2024年年末,部分银行又推出了新一轮消费贷优惠活动,利率再次下探至3%以下。但同时也有部分银行利率未

## 激发消费活力

为了大力提振消费,下一步商业银行还可以从加大信贷支持、改善消费环境等方面发力。

消费是推动经济增长的重要引擎,促进消费发展,金融责无旁贷。记者注意到,近期多家银行优化升级消费信贷业务。

近日,华夏银行(600015.SH)推出了全新循环授信的个人消费贷款产品,扩大受众、灵活优惠、打破传统贷款的烦琐流程,实现全流程线上化操作,给消费者贷款提供了新的体验。

中国银行(601988.SH)宣布将全面升级手机银行贷款专区服务,并计划于2025年1月12日起将个人网上银行“消费贷款”相关线上服务迁移至手机银行,包括贷款申请、面谈、签约、提款、还款等。

效拉动了消费信贷需求的增长。

在“促消费”的大潮下,2024年银行消费贷利率不断向下突破。但《中国经营报》记者注意到,年末银行消费贷利率趋势呈现分化态势:不少银行推出新一轮优惠活动吸引



变或有一定程度提升,例如华北某城商行个人线上信用消费贷款年利率为4%~10.8%。

“银行间竞争激烈,为了吸引客

户,但同时也有部分银行一改之前利率下探的风格,逆势回升。

虽然利率端暂时出现分化,但是在记者在采访中了解到,商业银行在消费贷款的产品创新和服务提升方面进一步加码。业内分析认为,

源,可能上调消费贷利率,有的银行更注重资金回笼和风险控制,可能减少消费贷投放规模,从而导致利率上升。”融360数字科技研究院高级分析师艾文告诉记者。

在此背景下,光大银行(601818.SH)金融市场部宏观研究员周茂华也提示消费者在享受消费信贷带来便利的同时,需要保持理性消费,充分考虑自身财务情况,避免非理性过度借贷超前消费。

艾文表示:“未来银行可针对不同消费场景,如教育、医疗、旅游、装修等,设计专门的消费贷款产品。根据消费者的信用状况、收入水平等因素,设计分层化的消费贷款产品,密切关注市场利率变化和同业竞争情况,根据市场情况灵活调整消费贷款利率。”

户继续拓展消费贷市场,部分银行可能维持或降低利率;部分银行今年消费贷指标已基本完成,市场份额相对稳定,也有了足够的客户资

和消费场景建设,广泛满足汽车消费、住房装修、教育等全生命周期消费信贷需求,加大循环信贷与分期信贷投放力度。

为了大力提振消费,下一步商业银行还可以从加大信贷支持、改善消费环境等方面发力。中国银行研究院银行业与综合经营团队主管邵科告诉记者:“第一,围绕汽车、家电、家居、3C等重点消费领域加大消费信贷投放,在‘以旧换新’政策中发挥更大作用,提高消费者的购买力。第二,挖掘首发经济、冰雪经济、银发经济等新消费场景,创新消费信贷产品,满足不同消费者的差异化需求。第三,着力改善消费环境,推动移动

支付、银行卡、现金等多种支付方式并行发展,提高支付的安全性和便利性;加强金融消费者权益保护,及时处理消费者的投诉和纠纷。第四,提升服务质效,通过银行App、微信小程序、开放银行等拓宽服务渠道,利用消费贷款‘循环用款、随借随还’的特性满足客户多元化消费用款需求,优化客户服务体验。”

周茂华认为,银行在提升消费者体验方面下功夫十分重要。“例如,消费贷与消费场景融合,优化客户服务流程,简化办理手续,完善客户信息管理,注重客户信息安全和隐私保护,尽量满足客户多元化、个性化服务需求等。”

随着中央经济工作会议再次重点强调“大力提振消费、提高投资效益,全方位扩大国内需求”,银行在消费金融方面将进一步加力,以满足消费者多样化需求,助力消费市场持续回暖。

支付、银行卡、现金等多种支付方式并行发展,提高支付的安全性和便利性;加强金融消费者权益保护,及时处理消费者的投诉和纠纷。第四,提升服务质效,通过银行App、微信小程序、开放银行等拓宽服务渠道,利用消费贷款‘循环用款、随借随还’的特性满足客户多元化消费用款需求,优化客户服务体验。”

周茂华认为,银行在提升消费者体验方面下功夫十分重要。“例如,消费贷与消费场景融合,优化客户服务流程,简化办理手续,完善客户信息管理,注重客户信息安全和隐私保护,尽量满足客户多元化、个性化服务需求等。”

周茂华认为,银行在提升消费者体验方面下功夫十分重要。“例如,消费贷与消费场景融合,优化客户服务流程,简化办理手续,完善客户信息管理,注重客户信息安全和隐私保护,尽量满足客户多元化、个性化服务需求等。”

周茂华认为,银行在提升消费者体验方面下功夫十分重要。“例如,消费贷与消费场景融合,优化客户服务流程,简化办理手续,完善客户信息管理,注重客户信息安全和隐私保护,尽量满足客户多元化、个性化服务需求等。”

## 赋能新市民群体

新市民群体的经济活动参与率不断提升,对住房贷款、消费贷款、信用卡、个人经营性贷款等信贷需求持续走强。

2025年新年将近,对于新市民而言,置办年货、返乡探亲等计划提上日程。

中信银行(601998.SH)方面表示,近年来,随着新产业、新业态快速发展,新市民成为经济发展的重要力量。服务新市民成为当下商业银行探索和实践普惠金融的重要方向。该行围绕新市民群体装修、买车、子女教育等大额消费贷款需求,推出个人信用消费贷款产品“信秒贷”。同时,该行还发布了《新市民金融服务研究报告》,洞察新市民群体金融需求与痛点,并提出针对性解决方案。

新市民群体是指因本人创业就业、子女上学、投靠子女等原因来到城镇常住,但未获得当地户籍或获得当地户籍不满三年的各类群体。这个群体包括进城务工人员、新就业大中专毕业生、网约车司机、外卖骑手、快递小哥、保洁阿姨、科技研发人员、高校教师、小微企业主、创业青年等。近年来,我国新市民人口快速增长,已经超过3亿人。

在艾文看来,新市民庞大的群体基数为消费信贷市场提供了广阔的潜在客户群体。“新市民在城镇生活中面临着住房、教育、医疗、消费升级等多方面的需求,在消费升级方面,对耐用消费品的更新换代也有一定需求,消费信贷业务可以帮助他们解决资金问题,释放消费潜力。”

邵科表示:“当前,我国新市民群体数量大,经济活动参与率不断提升,对住房贷款、消费贷款、信用卡、个人经营性贷款等信贷需求持续走强;消费信贷需求多样化,涵盖创业、就业、教

育、医疗、养老等多方面,整体消费意愿较强,小额、高频、个性化特征明显。”

针对新市民消费贷款业务,邵科建议银行可以从以下几个方面发力:“第一,打造以支付结算、贷款投放、理财和保险等综合性金融服务为主要产品,覆盖金融与非金融场景,致力于满足新市民多元化金融需求的服务框架。第二,优化就业创业贷款支持,面向个体工商户、小微企业主等新市民占比较高的群体以及中小微企业等吸收新市民就业较多的企业和行业提供信贷支持,针对新市民就业创业群体资金需求短、频、快的特点,提供更加灵活的服务和还款方式。第三,强化住房保障贷款支持,定向支持保障性租赁住房建设项目,给予优惠补贴和差异化的贷款条件等,加大对新市民首套房的贷款投放力度,精简还款流程。第四,围绕新市民生活场景,如住房、出行、购物等,强化与消费平台的合作,积极嵌入消费场景,推出专项消费信贷优惠活动。”

艾文建议:“商业银行可以整合多维度数据,如消费记录、社交数据、就业信息等,更全面、准确地评估新市民的信用风险,根据新市民的收入水平、信用状况等因素进行分层,设计差异化的消费信贷产品。”

贷款规模不断扩大对业务风险防控提出更高的要求。“银行需平衡好业务发展与风控管理,建立多维度的风险评估体系,对消费贷款风险进行全面评估,通过大数据分析、风险预警模型等技术,及时发现和预警潜在风险。”艾文表示。

# 银行网点变迁探路“钱随人走”

本报记者 郭建航 北京报道

随着2025年春节临近,返回家乡的人们可能会发现,老城区的银行网点、社区支行可能悄然关停,而新城区则有新的银行网点设立;在部分偏远缺少银行金融服务的地区,也有银行网点设立填补了此处的金融服务空白。

党的二十届三中全会审议通过的《中共中央关于进一步全面深化改革、推动中国式现代化的决定》中指出要“把握人口流动客观规律,推动相关公共服务随人走,促进城乡、区域人口合理集聚、有序流动”。人口流动和集聚带来了多重积极效应以及相应挑战,商业银行网点的关停与新设也在悄然跟随人口的流动而做出调整。

国家金融监督管理总局“金融许可证”信息显示,2024年内关停网点数量为3230家,获批新设数量为1775家,共计减少1455家。

上海银翔管理咨询有限公司高级顾问胡冰对《中国经营报》记者表示:“尽管有不少网点关闭,但也有1775家新的银行网点获得了金融许可证,这意味着银行在某些区域的辐射空白或针对特定客户群体中仍然有扩展机会。2024年银行新设网点的趋势显示,银行进驻新兴产业园区、城市新区、城市新中心、政府机构新驻地等辐射空白区域。”

## 网点优化提速

近年来,银行网点优化进程稳健提速。以西安市区为例,近期有多家商业银行关停部分网点。此外,还有部分银行网点进行合并办公。

与此同时,西安市内还有多家银行网点获批设立。

同样的情况也发生在全国其他地方。2024年,各地银行网点的关停新设呈现出明显的“钱随人走”特点。随着人口流动的变化,老城区重复设立的冗余的银行网点被优化合并,而在新城区、工业园区等人口聚集地则新设了银行网点。

此外,不同类型的银行网点变化也呈现出不同特点。查询国家金融监督管理总局的“金融许可证”信息可知,2024年银行网点变化中,国有大型银行、农村商业银行、农村信用社网点退出数量相对较多,但城市商业银行逆势增长355家。

胡冰指出,2024年银行网点总量减少1455家,反映出银行正在经

## 匹配地区资源

银行在裁撤低效能网点的同时也着手优化调整网点布局,提升网点资源和社会资源的匹配度。在此前的年报中,部分国有大行公布了2023年营业网点的调整情况和发力重点。

比如,工商银行(601398.SH)在2023年年报中指出,完成670家网点优化调整,向服务供给相对不足的城市重点区域新投入网点52家,向县域地区投入网点57家,网点县域覆盖率提升至86.9%。建设银行(601939.SH)在2023年年报中指出,加大城区低效密集网点撤并迁址力度,拓展城市规划新区和重点县域网点覆盖,2023年实施营业

历结构性调整的过程。银行网点的关闭与多个因素有关,包括但不限于数字化转型、成本控制以及市场需求的变化。

值得注意的是,人口变化是影响银行网点数量变化的原因之一。此外银行业务离柜率上升,从成本角度考虑对低效能网点进行优化也是原因之一。

湖南省农信联社一级高级经理彭树军对记者表示,从营业网点的综合成本来看,目前基层的农商银行乡镇网点一般每年约200万元,县城和市区的成本相对更高;此前一些农商银行的网点布局已经不适应当前经济发展和城市发展需求,形成较高的成本占用与资源浪费。

目前网点设置与布局的优化调整,一方面要与所服务区域经济社会资源的需求适时匹配,包括人口总量、产业结构的变化等;另一方面要与自身金融服务功能的提

服务辐射范围,提升金融服务便利性和可得性;持续拓展智能柜台“金融+政务”服务场景,更好服务百姓民生。

此外,调整银行网点与所在地区资源匹配度也可体现在银行退出社区支行、小微支行的变化。2024年,股份制银行和城商行的社区支行和小微支行难以与之竞争;银行开始重新审视自己的网点布局策略,更加注重提高服务质量和效率,而不是单纯地追求网点数量。因此,一些银行选择关闭那些表现不佳的社区支行和小微支行,转而加强线上服务和智能网点建设。

胡冰认为,社区支行和小微支行的设立初衷是为了更好地服务社区居民和小微企业,但由于其规模较小、业务量有限,导致运营成本较高,而收入却相对较低,难以达到预期的经济效益;银行网点布



银行在网点建设方面持续优化线下渠道布局,推动网点转型升级。

视觉中国/图

升适时匹配,包括法人机构的合并、渠道的数字化、经营的特色化等。例如,过去许多县城的国有大行的网点较少,股份制银行和城商行更少。近年来这三类机构也在下沉县域市场,开设县城网点,有的甚至在较大的乡镇开设新网点。

随着我国银行业在数字化转型的道路上不断迈进,银行业正在经历全面转型升级。

局密集,国有大行凭借其品牌影响力和广泛的客户基础占据了市场的主导地位,股份制银行和城商行的社区支行和小微支行难以与之竞争;银行开始重新审视自己的网点布局策略,更加注重提高服务质量和效率,而不是单纯地追求网点数量。因此,一些银行选择关闭那些表现不佳的社区支行和小微支行,转而加强线上服务和智能网点建设。

对于未来的银行网点设立如何关注与地区资源的匹配度,胡冰认为,银行网点在未来将会出现“两去、两中心”的趋势,即“去现金化”和“去交易化”,向“咨询服务中

彭树军表示,在数字化时代背景下,金融服务的电子替代率已经非常高,手机银行使用面已经非常广,银行承担社会责任更多是考量金融服务全覆盖,没有必要固守“物理网点全覆盖”的旧观念。

胡冰指出,一些银行网点面临的盈利困境主要源于客流量的下降,这与消费者转向线上金融服务的趋势密切相关。银行网点的物理

心”和“社区生态中心”转化。网点的“去现金化”已大势所趋,网点的“去交易化”将逐渐呈现,网点作为线下的“咨询服务中心”和“生态圈中心”的地位将不断凸显。

实际上,目前已有多家商业银行在营业网点的转型升级中已经落地“两去、两中心”的建设。越来越多的银行开始升级银行网点服务模式,打造特色网点,引入生活化的服务内容,如厦门国际银行上海分行腾出近300平方米空间,邀请社区卫生服务站进驻;此外,还有银行网点将汽车服务搬入银行大厅,与汽车经销商合作提供汽车展示、贷款咨询及购车手续办理等服务。