

“揽储”需求上升 大额存单“复燃”

中经记者 秦玉芳 广州报道

随着利率持续下调和高息定期存款相继到期,中小银行大额存单密集上架。

大额存单密集“上新”

在当前存款分流严重以及同业竞争激烈的大背景下,大额存单依旧是高效揽储工具。

近来,银行大额存单业务需求热度回升,不少银行通过官微、App等渠道加大产品营销力度,尤其中小银行针对可转让功能的大额存单积极性凸显。

相关产品公告显示,江苏银行(600919.SH)个人大额存单起存金额20万元,1年期利率达到1.45%;四川农商银行大额存单20万元起存,1年期利率1.5%,3年期利率达1.9%;顺德农商银行针对企业客户的大额存单可转让业务,1000万元起存,存款期限匹配1个月—5年期的9个品种。

银行此前纷纷下架的大额存单,为何近来“复燃”?在上海金融与发展实验室主任曾刚看来,其核心是稳负债、抢份额、控成本、补缺口的综合策略。此前下架的主因是净息差承压、长期高息负债侵蚀利润,而当前资金面宽松、年初信贷投放备储需求强,叠加国有大行收缩大额存单,中小银行借机填补市场空白,抢占存款份额。

曾刚进一步表示,中小银行存在揽储刚需,存款竞争持续,居民储蓄面临一定的分流压力,大额存单是稳定负债的重要工具。

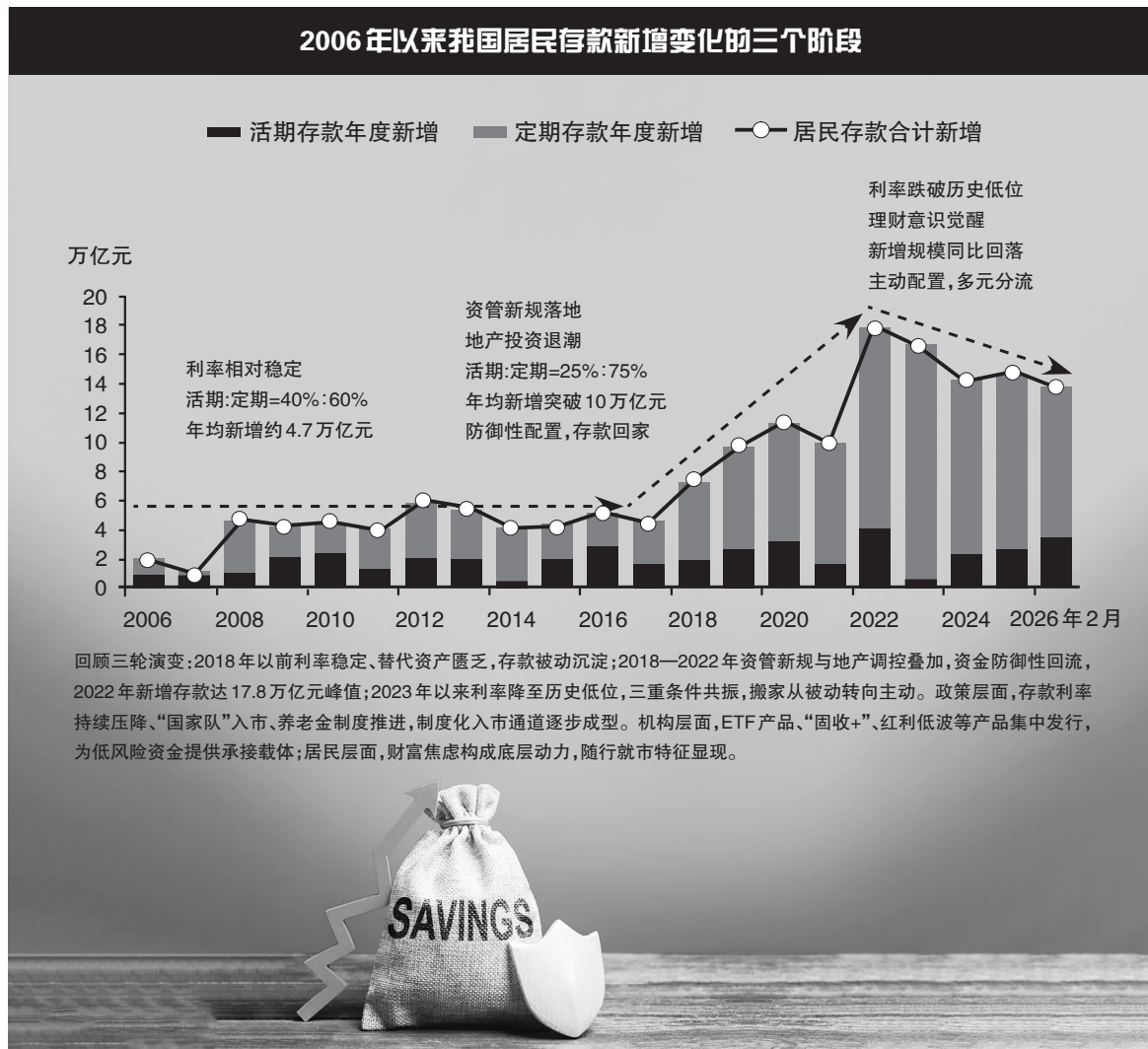
从存款结构变化来看,“存款搬家”趋势也在加剧中小银行揽储压力。国泰海通(601211.SH)最新研报显示,3月银行单位存款同比少增510亿元。其中,大型银行、中小银行单位存款分别同比多增1021亿元、少增1531亿元,单位存款向大型银行集中。同时,定期储蓄存款延续由中小银行向大型银行迁移的特征,3月大型银行、中小银行定期储蓄存款分别同比多增3145亿元、少增759亿元。

在此背景下,通过大额存单产

《中国经营报》记者注意到,不少银行通过各种渠道纷纷加码大额存单产品推广,甚至部分银行针对企业客户的相关产品推介也加速上线。

业内人士分析认为,进入2026年,居民储蓄面临一定的分流压力,叠加利率持续下行预期,导致中小银行存款竞争加剧,“揽储”需求上升,大额存单成为稳健资金的重要

配置选择。值得注意的是,当前环境下,“短期限+可转让”已成为大额存单标配,不仅能契合居民“稳健+灵活”诉求,更利于银行激活存量、灵活调整负债成本。



数据来源:Wind, 中信证券研究部

郭婉媛/制图

品增强“揽储”能力,正在成为不少中小银行的普遍共识。冠哲咨询创始人、资深金融监管政策专家周毅指出,在当前存款分流严重以及同业竞争激烈的大背景下,大额存单依旧是高效揽储工具。

曾刚也强调,资管新规后刚兑产品减少,大额存单已成为稳健资金的重要配置选择。

在产品设计方案,近来中小银行推出的大额存单呈现明显的短期化趋势。苏商银行特约研究员高政扬指出,从期限结构看,当前银行大额存单产品中,短期产品占比有所提升,中长期产品发行减少。

曾刚进一步表示,今年中小银行大额存单呈现期限短期化、利率分层化、门槛差异化、可转让普及化特征。“期限上,1年期及以内成绝对主力,3年期收缩,5年期基本绝迹;收益上,3个月期利率为0.9%—1.2%,1年期利率为1.4%—1.6%,3年期利率为1.7%—2.0%,与普通定存利差收窄至50个基点内;结构上,对定制制、新客专享、高门槛产品增多。”

在曾刚看来,期限短期化背后的核心逻辑是净息差压力下的成本控制:资产端贷款利率持续下行,负债端长期高息存单挤压利

润,银行主动缩短久期、压降高成本负债。

曾刚同时强调,当前环境下,客户需求偏好转变,居民流动性偏好上升,短期可转让产品更契合“稳健+灵活”诉求,且在利率下行周期下,长期锁定高息对银行不利,短期化利于其灵活调整负债成本。

邮储银行(601658.SH)研究员姜飞鹏也强调,中小银行在利率下行周期中主动压缩长期负债以管理利率风险,降低整体负债成本,短期产品能更好地适应市场利率波动,提高银行负债管理的灵活性。

投诉量持续攀升 网络理财课程暗藏陷阱

中经记者 慈玉鹏 北京报道

近日,中国消费者协会(以下简称“中消协”)、中国市场监督管理学会发布公告表示,近年来涉及网络理财课程的消费投诉呈现明显上升趋势,提示消费者警惕网络理财课程暗藏陷阱,避免被部分非法机构“割韭菜”。

《中国经营报》记者采访了解到,做好网络理财课程监管,市场监管部门与金融管理部门或应建立“网络金融教育培训”联合甄别机制。同时,网信、市场监管部门需对平台广告进行动态监测,对“保本保收益”之类的承诺性用语、虚假头衔实施即时下架与联合惩戒。而从投资者角度看,应注意核实资质、警惕高收益诱惑,同时树立理性投资理念,不轻信“一夜暴富”的神话。

从监管角度看,陆岷峰告诉记者,实现市场和金融监管协同的关键是要构建起“穿透式”全链条治理体系,这是因为要治理上述乱象,必须形成能够超越单一部门职能,建立跨市场的监管协同响应机制。应在前端联合准入与广告治理,市场监管部门与金融管理部门应建立“网络金融教育培训”联合甄别机制。对宣称提供具体投资策略、荐股服务的课程主体,应要求其同时具备教育类资质与相应的金融业务许可。网信、市场监管部门需对平台广告进行动态监测,对“保本保收益”等承诺性用语、虚假头衔实施即时下架与联合惩戒。

在中端,陆岷峰表示,应对资金与内容实行合规监督。金融监管部门应督促支付机构建立对相关培训课程收款账户的监控模型,对投诉集中、退款率高发的主体账户采取延迟结算、提高保证金等风控措施。同时,可探索要求课程平台对涉及具体投资分析的内容进行留痕存档,为事后判定是否构成非法证券投资咨询提供依据。

费,属于典型的“割韭菜”行为。

记者注意到,近期部分银行亦公开提示网络理财课的风险问题。例如,中信银行(601998.SH)宁波分行3月份公开提示,近年来,随着短视频和直播的普及,各类理财知识分享、财经大V点评内容大量涌现,成为公众获取金融信息的重要渠道。然而,一些不法分子也瞄准了这一流量入口,通过精心包装的人设和话术,诱导消费者步入陷阱,造成财产损失。

该行指出,不法分子通常在平台投放理财广告,以极低价格或免费吸引用户点击。消费者添加联系方式后,会被拉入微信群,群内安排大量“托”频繁晒单,营造“跟着老师轻松赚钱”的虚假氛围。待消费者放松警惕,便推销数千元的理财课程,或引导下载不明App进行所谓“跟单操作”,最终资金有去无回。

长三角科技产业金融研究联盟秘书长陆岷峰告诉记者,当前市场上的违规理财课程,其营销已演变为一套深谙人性弱点的“精准骗术”,其特点之一是“低门槛高回报”的诱饵设定,这种套路实际上是利用行为经济学中的“确定效应”和“高估小概率事件”倾向,以“1元理财课”“稳赚策略”为饵,营

造“低成本锁定巨大未来收益”的错觉。其话术本质是将复杂的投资行为简化为“跟单操作”,隐瞒投资固有的风险与不确定性。陆岷峰同时表示,该类课程本质是“权威包装与从众营造”的信息操纵,操作者一般通过虚构或夸大“券商首席”“私募大佬”等头衔,利用“权威偏误”影响消费者。同时,在社群中大量使用“水军”发布盈利截图、感谢话语,制造“假性从众”环境,利用“社会证明”(Social Proof)效应来削弱个体理性判断能力,从而使消费者在群体氛围中匆忙付费。

一位地方银行人士表示,部分违规理财课的套路是“服务降级与闭环收割”的合同陷阱。在消费者付费后,课程质量急剧降级,核心内容大多是公开可得金融常识。“实战指导”则导向特定交易平台或收取高额“会员费”,形成第二次收割。其最恶劣的手段还在于设置极为苛刻的退款条款,或将消费者诱导至不受监管的境外平台交易,彻底堵死维权通道,完成欺诈闭环。老年群体因为信息检索能力相对较弱,对权威话语更加信任,且更加渴望通过理财保障养老生活,故而成

为重点围猎目标。

此外,应做到信用惩戒与行刑衔接。上述地方银行人士表示,应建立涉事企业、主要讲师“黑名单”共享机制,并将其失信信息同步至全国信用信息共享平台,在企业融资、政府采购等领域进行联合限制。对于涉案金额大、手法恶劣、明显构成诈骗的,市场监管部门必须强化与公安机关的行刑衔接,推动案件刑事立

构建“穿透式”治理模式

从监管角度看,陆岷峰告诉记者,实现市场和金融监管协同的关键是要构建起“穿透式”全链条治理体系,这是因为要治理上述乱象,必须形成能够超越单一部门职能,建立跨市场的监管协同响应机制。应在前端联合准入与广告治理,市场监管部门与金融管理部门应建立“网络金融教育培训”联合甄别机制。对宣称提供具体投资策略、荐股服务的课程主体,应要求其同时具备教育类资质与相应的金融业务许可。网信、市场监管部门需对平台广告进行动态监测,对“保本保收益”等承诺性用语、虚假头衔实施即时下架与联合惩戒。

在中端,陆岷峰表示,应对资金与内容实行合规监督。金融监管部门应督促支付机构建立对相关培训课程收款账户的监控模型,对投诉集中、退款率高发的主体账户采取延迟结算、提高保证金等风控措施。同时,可探索要求课程平台对涉及具体投资分析的内容进行留痕存档,为事后判定是否构成非法证券投资咨询提供依据。

此外,应做到信用惩戒与行刑衔接。上述地方银行人士表示,应建立涉事企业、主要讲师“黑名单”共享机制,并将其失信信息同步至全国信用信息共享平台,在企业融资、政府采购等领域进行联合限制。对于涉案金额大、手法恶劣、明显构成诈骗的,市场监管部门必须强化与公安机关的行刑衔接,推动案件刑事立

“可转让”功能成标配

可转让属性为存单赋予了类流动性工具的特征,有助于缓解客户对资金锁定的顾虑。

短期化趋势凸显的同时,“可转让”功能也越来越受银行及投资者关注。市场分析人士普遍认为,个人及机构投资者对流动性需求的上升,成为本轮揽储竞争的重要驱动因素。

周毅指出,当前低利率环境下,各类理财产品、基金、信托、黄金、股市等多元产品和资产正在分流存款资金,普通定期存款锁定期限、流动性受限,容易降低客户综合服务体验,削弱银行财富管理口碑。即便大额存单利率与普通定存收益相差无几,但银行仍重点推广“可转让”功能,就是为了在功能上弥补传统存款灵活性短板,满足客户资金随时调配的潜在需求,保留其资产配置选择权。

“通过可转让功能,解决大额存单产品因提前支取而产生利息损失的痛点,和传统存款产品形成有效功能互补。因此,大额存单依然是商业银行存款管理的常规武器。”周毅认为。

曾刚也表示,传统定期存款提前支取按活期计息,可转让功能让客户急用钱时能保本或以微小损失退出,大幅提升了产品的吸引力。

高政扬进一步强调,可转让属性为存单赋予了类流动性工具的特征,使其在提前支取之外提供了新的退出路径,有助于缓解客户对资金锁定的顾虑。

从更宏观的竞争策略来看,曾刚认为,银行反复强调可转让,本质是从拼利率转向拼流动性、拼服务、拼体验的战略转型。在曾刚看来,利率空间收窄后,流动性成为关键差异点,可转让是中小银行对抗大行品牌优势的重要抓手。同时,转让市场活跃能提升产品热度,吸引新资金入场,并绑定客户长期资产配置。这意味着,营销策略正从

“价格战”转向“价值战”。

姜飞鹏也认为,随着利率比价空间收窄,中小银行确实正在从拼利率转向拼流动性、拼服务。可转让功能解决了定期存款流动性差的痛点,让储户在急需用钱时能通过转让获得资金。同时,储户也能获得高于市场水平的收益。“在利率与普通定期存款几无差别的情况下,可转让功能已成为银行差异化竞争的重要布局。”

“随着高息老存单逐步消亡,存量存单转让活跃带动的市场热度可能难以长期维持,但可转让功能本身将成为大额存单的标配。”姜飞鹏表示。

在此背景下,高政扬认为,长期来看,在利率市场化不断深化与息差收窄背景下,银行留住客户的核心竞争力或将更多体现在产品组合设计能力、数字化服务水平以及客户分层经营能力上,而不再仅仅依赖价格竞争。

曾刚也强调,未来留住客户的核心竞争力是流动性服务能力、产品定制化、财富管理一体化、场景化生态,通过可转让、线上化、专属服务、存款+理财/信贷联动,构建“收益适中、流动便捷、服务贴心”的综合优势。

曾刚认为,未来中小银行可持续竞争策略的核心趋势可能体现在四个方面:一是短期化+可转让双标配,主打1年期内、低门槛、高流动性产品,匹配客户需求;二是客群分层定制,对公推大额定制存单、对私分新客/老客/银发族差异化定价与服务;三是服务与生态升级,强化线上转让、智能赎回、财富管理打包服务,提升客户黏性;四是区域深耕+协同联动,立足本地、绑定政企与社区,联动信贷、理财、支付,形成“存款—信贷—财富”闭环,走差异化、精细化发展路径。

是,设计面向老年子女的指导材料,教育他们如何以恰当方式与父母沟通理财风险,将家庭亲情纽带转化为有效的风险过滤网。鼓励银行、证券公司客户经理在服务老年客户时,主动进行风险提示。

中信银行宁波分行提示,投资者进行投资,核实资质是第一步。面对网络上的理财“大师”或投资推荐,应先核实其是否具备金融从业资质,正规金融机构从业人员均有官方渠道可查。警惕高收益诱惑,对于明显偏离市场水平的收益承诺,务必保持清醒。金融消费者应树立理性投资理念,不轻信“一夜暴富”的神话。认准正规交易渠道,任何金融交易均应通过正规金融机构官方平台完成。凡要求向个人账户或非同名公司账户转账的,均涉嫌违规或诈骗,应立即终止操作。

中消协方面指出,消费者在购买网络课程服务过程中,应注意保存广告宣传页面截图、聊天记录、付款凭证、课程回放链接等证据材料。若发现课程内容与宣传承诺严重不符,机构失联或拒绝履行退费义务,或者要求签署限制消费者权利、免除经营者责任、内容与事实不符的协议,消费者可依据《消费者权益保护法》及相关规定,先与经营者协商解决;协商不成的,可通过全国消协智慧315投诉平台、各地消协组织或向有关行政主管部门投诉举报,也可依法向人民法院提起诉讼。