

金融助力向新而行

跳出报表看“预期” 新型信贷评价读懂科技企业

中经记者 张漫游 北京报道

在北京经济技术开发区(以下简称“经开区”),无人驾驶出租车在街头平稳穿行,人形机器人在展厅里灵活抓取物品,商业火箭的研发团队在实验室挑灯夜战……在这片以全市 1.37%的土地贡献近四成工业增加值的区域内,前沿硬科技项目持续迭代落地。

值得注意的是,这类科创主体普遍存在轻资产、长研发周期、阶段性亏损特征,与传统银行以固定

如何算准“未来账”

立足数智化技术迭代机遇,以“预期”思维系统评估,重点看企业的技术迭代能力、赛道前景和成长潜力。

2016 年北京软体机器人科技股份有限公司(SRT)成立时,“软体机器人”还是一个全新的学术概念。这家从北航实验室走出来的创业团队,面对的是一个几乎无人踏足的方向。“有句俗话说‘摸着石头过河’,可我们无石可摸,只能自己蹚过去。”该公司 CEO 林海在接受《中国经营报》记者采访时感慨道。

比从零开始更难的,是把实验室里的潜力变成工厂里稳定运行、客户愿意埋单的工业产品。林海透露,公司研发人员占比超过 50%,持续推进产品应用于多元复杂的工业场景。经过近十年发展,SRT 的产品已广泛应用于食品包装、3C 制造、五金加工、半导体传输、职教与康复等领域。

在企业的快速扩张期,SRT 与北京银行(601169.SH)结缘。“北京银行对科技制造行业理解比较深,对硬科技企业的支持力度也大。”林海直言。

北京银行经开区分行相关负责人告诉记者,分行团队不会简单依据财务报表否决融资需求,而是立足数智化技术迭代机遇,以“预期”思维系统评估,重点看企业的

资产、持续盈利为核心的授信体系形成天然错配。

产业集聚之下,26 家银行机构在此布局网点,科技金融赛道竞争趋于白热化。然而,科创企业的价值与发展潜力,更多体现于“预期”而非既有积淀。传统信用评级机制基于企业当下的经营状况和过往业绩记录,对于判断科技型企业的未来成长性,作用相对有限。如何跳出传统信贷评判标准、适配科创企业成长规律,成为所有驻区金融机构共同面对的行业考题。

技术迭代能力、赛道前景和成长潜力,实现信用评级从“看过去”向“看未来”的根本转变。该行科创类产品对企业阶段性亏损、短期营收波动的包容度更高,配套独立于传统制造业的专利价值评判标准。

依托这套差异化评审逻辑,北京银行向 SRT 股东发放 9000 万元贷款,用于满足该企业股权调整需求。

从对科创企业“看不懂”到精准研判、持续授信,这背后是北京银行一线团队长期跟踪市场,对产业认知的持续积累。经开区分行每周开展产业与金融政策培训,客户经理深入了解研究科创企业特征,并在尽调中形成多方交叉验证机制,多渠道降低单一财务数据的判断偏差。这套评价逻辑,也与当前行业趋势相呼应。从技术演进与未来视角出发,推动金融服务模式更有效地满足科技型中小企业的多元化发展需求,逐渐成为行业共识。

除了资金支持外,北京银行还帮助 SRT 对接产业链上的企业,为技术链接更多落地场景。这种从资金提供到平台搭建的延伸服务,正是硬科技企业需要的。

以全周期陪伴穿越研发攻坚期

区别于传统金融机构优先服务成熟期盈利企业的模式,将服务重心前置至企业研发攻坚阶段,甚至是尚未盈利的科创主体。

SRT 案例的背后,是北京银行经开区分行在区域深耕中逐步形成的一套打法。

经开区有别于常规行政区,是北京市政府的派出机构,设有信息技术产业局、生物技术和大健康产业局、机器人和智能制造产业局、高端汽车和新能源产业局等,主要职能是服务产业。这独特的区域治理架构,为银行打破科创企业信息壁垒、精准研判技术价值提供了信息优势。

依托区域生态带来的信息优势,北京银行“全周期陪伴”的服务逻辑,区别于传统金融机构优先服务成熟期盈利企业的模式,将服务重心前置至企业研发攻坚阶段,甚至是尚未盈利的科创主体。

“相较于传统金融‘锦上添花’的服务模式,我们更聚焦成长型科创企业的痛点难点。”分行相关负责人表示。这套模式在实操层面拆解为三层路径:一是前瞻

布局、精准支持。立足经开区主导产业发展战略,综合考察企业核心团队、研发及技术成果等科创属性,提前对接处于研发攻坚期的潜力企业,服务企业成长关键期。二是长期陪伴、梯度培育。常态化深入企业开展走访调研,动态掌握企业技术迭代、经营发展情况,持续优化服务方案,助力企业逐步成长为行业骨干企业。三是直击痛点、特色赋能。针对重研发、弱现金流的行业特性,依托区域政策红利,以技术价值为核心开展授信评审,精准破解成长型科创企业融资难题。

北京国家新能源汽车技术创新中心有限公司便是“全周期陪伴”服务模式的受益企业之一。该企业专注于车规级芯片实验室、整车能效实验室等检测业务,核心技术已达国际先进水平。但在研发关键阶段,近三年投入约 3 亿元,经营持续亏损。北京银行经开区

升级差异化打法

选择用“财务信用—交易信用—预期信用”层层递进来看企业,并提供差异化、特色化的服务。

依托长期区域产业深耕能力,北京银行经开区分行针对不同规模、发展阶段、经营业态的科创主体,搭建分层差异化服务体系,覆盖上市企业、拟上市硬科技企业、AI 初创小微团队、百亿级重大产业项目。

在打造差异化服务方面,分行选择以专业能力和服务效率作为突破口。北京云迹科技股份有限公司(以下简称“云迹科技”)是一家专注于服务机器人、智能体研发及商业化的上市企业。针对企业国际化发展进程中的跨境资金管理及加大研发投入的资金需求,分行设计了外汇衍生置换业务方案,在锁定远期结汇汇率、有

效对冲汇率波动风险的同时,配套国际业务、公私联动等综合金融服务,为企业科技创新和全球化布局提供有力的金融支撑。

云迹科技相关负责人表示,北京银行专业、高效的金融服务,有效满足了企业在跨境资金管理和研发投入方面的多元化需求,为公司持续技术创新和市场拓展提供了保障。

当前,银行业的“内卷”主要表现为各家机构集中于同类客户群体进行价格竞争。当北京银行选择用“财务信用—交易信用—预期信用”层层递进来看企业,并提供差异化、特色化的服务时,这既坚持了银行风险与收益对价的基本



北京银行北京经济技术开发区分行与云迹科技设计的外汇衍生置换业务方案,为企业科技创新和全球化布局提供有力的金融支撑。 本报资料室/图

分行依托属地科技金融创新政策,基于对产业规律与项目价值的专业判断,利用“科技研发贷”产品,为其提供 5000 万元授信专项用于研发支出。

在“全周期陪伴”服务模式下,自经开区分行成立以来,其科技金

融贷款规模已突破 300 亿元,专精特新企业服务数量近 300 户。据了解,截至 6 月末,北京银行科技金融贷款余额已突破 5200 亿元,服务覆盖超 3.4 万家专精特新企业,累计为超 6.5 万家科技型中小微企业提供超 1.6 万亿元信贷支持。

精准触达。

从 SRT 到云迹科技,从国创中心到 OPC 社区,北京银行经开区分行的实践沿着一条清晰的主线:以区域深耕优势,探索引入“预期信用”等多维评价识别企业价值,以全周期服务穿越企业研发周期,以差异化策略应对同质化竞争。

不过,这套模式并非没有挑战。在业内人士看来,科创产业高风险、高试错的特征并未改变。如何在支持科技创新的同时管控信贷风险,构建与新的信用评价体系相适配的风控体系,仍然是包括北京银行在内的金融机构需要持续探索的课题。

月内新增超千条降费公告 理财公司让利成新常态？

中经记者 郭建杭 北京报道

在多重因素的叠加影响下,理财公司出于稳规模的考虑,持续降低产品相关费率,以期通过让利来稳固客户。

《中国经营报》记者注意到,银行理财子公司在 9 月发布超 1200 条费率优惠公告,涉及国有银行、股份制银行、城商行、农商行系理财公司、合资理财公司及银行自营理财,仅渝农商理财在 9 月份就公布了对 26 款理财产品实施阶段性费率优惠。

从费率优惠结构来看,理财产品的固定管理费优惠力度最大、优惠数量最多;其次是销售服务费。从理财产品费率优惠的类型来看,固定收益类产品是优惠主力。多款理财产品降费公告都标注了截止日期,为阶段性降费。长期来看,银行理财产品费率走势如何?联合智评首席策略分析师杨哲认为:“0 费率本质属于阶段性营销手段,多数产品均设置优惠期限,到期后恢复原有费率,行业未来将形成‘结构性低费率+浮动费率’的常态格局。”

渠道竞争加剧、收益下行

根据渝农商理财公告内容,今年 9 月以来渝农商理财对 26 款理财产品实施阶段性费率优惠,费率优惠内容包括销售服务费和固定管理费。

9 月 11 日,渝农商理财发布“关于渝农商理财渝盈宝成乐享 1 号实时阶段性费率优惠的公告”,该产品包括三个份额的销售文件约定的销售服务费由 0.4%、分别调整为 0.3%、0.2%以及 0.2%,优惠截止日期另行通知。

9 月 3 日,渝农商理财发布“关于渝农商理财兴时淳盈 1 个月定开 3 号实施阶段性费率优惠的公告”,该产品的销售文件约定的销售服务费由 0.1%调整为 0.01%,固定管

降费倒逼行业摆脱旧模式

公开信息显示,2026 年年内银行理财已进行多轮降费,部分产品在今年也已进行了多次费率下调。

例如,2026 年 3 月 16 日,招银理财“招赢日日金 168 号现金管理类理财计划”首次发布费率优惠公告,于 3 月 18 日起该产品固定投资管理费由 0.2%下调至 0.02%。7 月 16 日、8 月 17 日的调整公告则将该产品的优惠期进一步延长,费率优惠维持在同一水平;8 月 31 日的公告将该产品的固定管理费由 0.2%下调至 0.07%。

业内普遍认为,理财产品优惠期限普遍设置在 3 个月以内,不是

理费由 0.05%调整为 0.01%,优惠截止日为 2026 年 12 月 31 日。

渝农商理财降费并不是个案。公开信息显示,9 月以来,已有工银理财、招银理财、农银理财、中银理财、浦银理财、上银理财等多家理财公司接连发布费率优惠公告。如“中银理财怡享天天 104 号”的固定管理费从 0.30%下调至 0.02%,优惠期到今年 12 月 31 日;农银理财部分产品的销售服务费降至 0.20%,管理费由 0.15%降到 0.05%。此外,部分产品费率一降到底,如招银理财一款固收产品出现“0 手续费”。

众所周知,银行理财费用主要涉及三类费用,即固定管理费、销

售服务费及托管费,近期费率的调整主要涉及固定管理费和销售服务费,托管费费率调整的情况较少。

业内普遍认为,今年理财产品费率调整并非行业大规模“内卷式”竞争的结果,而是在资产端收益下行、产品同质化程度增加、渠道竞争加剧等背景下,理财机构为稳规模所作的经营策略优化。

杨哲指出:“降费是多重因素叠加的结果。一是市场竞争驱动。低利率环境下资产收益下行,投资者对费率敏感度显著提升。叠加产品同质化加剧,降费成为机构争夺市场份额的重要手段。二是渠道博弈因素。跨行代销竞争

财子公司半年报数据显示,20 家规模较上年年末增长,11 家缩水;23 家披露净利润的理财子公司合计盈利约 159.3 亿元,17 家同比增长,6 家下滑。根据上市银行半年报,今年上半年理财公司盈利分化。信银理财净利润同比增长约 27%至 15.18 亿元,而农银理财、中银理财、平安理财等多家机构净利润同比下滑超 20%。规模竞争同样激烈,招银理财以 2.74 亿元继续居首,信银理财半年扩张近 2000 亿元升至第二,兴银理财则退居第三。

未来,理财公司如何跳出费率价格战?杨哲指出:“行业破局的

日趋激烈,下调费率也有助于激励渠道合作。三是监管导向,鼓励资管机构让利投资者。”

银行业理财登记托管中心发布的《中国银行业理财市场半年报告(2026 年上)》显示,截至 6 月末,银行理财市场存续规模达到 33.66 万亿元,较年初增长 1.11%,同比增长 9.75%;持有理财产品的投资者数量达到 1.51 亿,较年初增长 5.59%。

中信建投证券方面预测,到 2026 年年底,银行理财存续规模有望达到 37 万亿—38 万亿元,同比增长 11%至 14%。

法询金融研究院统计的数据显示,8 月份,国有银行及股份制银行合作的理财公司数量普遍超 15

核心,是由卖标准化产品转向提供资产配置解决方案,优化费率架构,提高浮动费率占比;打造差异化投研能力,深耕‘固收+’、权益、衍生品、海外资产等多元策略;依托大数据、AI 技术降本增效,增厚盈利空间;持续做好投资者陪伴与教育,引导客户关注长期收益,而非单纯对比费率高低。”

对于银行理财产品持续降费,投资者应如何判断?普益财富方面认为:首先,全面评估产品特征。低费用并不等于高收益,投资者在选购产品时需要全面考量理财产品的各项特征,包括风险等级、投资期

限、资产配置方向等。应避免单纯看重费用低而忽视产品的实际适配性。其次,了解费用结构及透明度。理财产品的费用结构是否清晰透明是投资者选购时的关键点。投资者应详细了解费用的构成,确保所选产品不存在隐性费用或额外收费,避免因不清晰的收费体系而产生额外负担。最后,关注降费是否可持续。部分理财公司可能通过短期降费来吸引客户,但这种降费可能并非长期趋势。投资者需要关注产品费用的调整趋势,避免因费用下降吸引而盲目选择,最终未能享受持续的费用优惠。