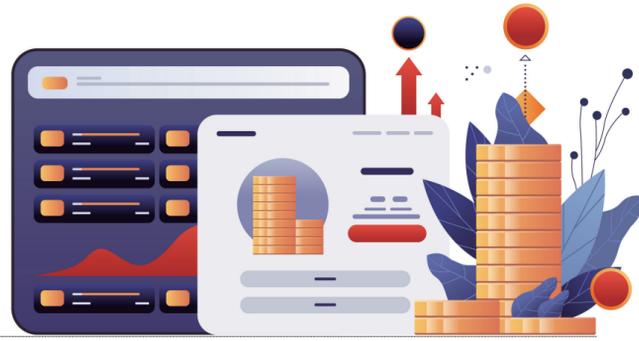


洞察2025

# 降息扩围长端离场 银行揽存现分化

2025年,以“全面降息”与“长期限产品离场”为核心的调整浪潮,推动银行存款市场步入重构的“深水区”。从国有大行率先下调,到中小银行跟进实现“降息”品类全覆盖,市场利率格局趋向均衡。与此同时,5年期定期存款、长期限大额存单等产品加速退场,成为银行应对净息差收窄压力的必然选择。在存款利率下行与长期收益优势消失的背景下,“存款搬家”趋势持续显现,资金向理财、贵金属、保险等多元领域迁徙。展望2026年,存款市场调整仍将纵深推进,银行应通过客户分层定价、期限结构管理、产品组合优化等协同发力,构建差异化定价体系与可持续负债管理体系。



## 2026:存款搬家趋势预计延续

与银行端揽储策略分化相对应的,是储户端的资产配置逻辑发生的转变。近年来,储户不再满足于将资金长期沉淀在低收益的存款产品中,而是主动寻求更高收益、更灵活的财富管理产品,资金开始从银行存款向理财产品、贵金属、保险等领域迁徙。

本轮“存款搬家”资金流动呈现出更分散、更多元的特征。银行理财市场成为资金分流的“第一站”。截至2025年三季度末,全国存续理财产品规模32.13万亿元,同比增长9.42%,与6月末的30.67万亿元相比,三季度单季理财产品存续规模增长1.46万亿元。标志着居民的理财观念正在从“储蓄思维”向“投资思维”过渡。

除了传统的理财产品之外,黄金、保险产品等也成为储户财富配置的重要选择。从黄金品类来看,作为传统的避险资产,黄金年内涨幅突破70%,无论是实物黄金还是黄金ETF、黄金积存等线上线下黄金投资产品,均迎来了需求的增长。

展望2026年,存款市场调整仍将继续,正如高政扬所言,“存款搬家”趋势预计延续,此现象是与利率环境高度相关的结构性资金迁徙。存款利率长期低位运行,与理财、基金等产品的收益差持续存在,驱使居民主动寻求更高回报的资产。

“存款搬家”也倒逼银行经营逻辑发生深刻变革。艾亚文进一步指出,未来银行可能加速推出创新产品,通过与黄金、外汇或股票指数挂钩产品提升收益吸引力,中长期存款产品可能逐步减少,市场更倾向短期或灵活期限产品以增强流动性管理。不同类型银行在利率水平、产品创新和风险收益特征上各有侧重。国有大行资本充足率和抗风险能力较强,可能发力财富管理业务,以提升中间收入对冲成本压力;中小银行存款占比更高,净息差收窄对其利润影响更直接,对存款利率更敏感,可能通过及时调整不同期限利率水平来吸储满足资金需求。

北京商报记者 宋亦桐

## 2025:不止“降息”

2025年一轮覆盖全品类、蔓延全机构的存款“降息潮”席卷而来。5月20日,6家国有大行率先发力,更新人民币存款利率表,开启新一轮调降。彼时,工商银行、农业银行、中国银行、建设银行、交通银行5家银行的活期利率下调5个基点,降至0.05%;定期整存整取的短期品种同步调整,3个月、6个月、1年期、2年期均下调15个基点;长期限品种的调降幅度更大,3年期和5年期均下调25个基点,最终定格在1.25%和1.3%;邮储银行则在短期品种上略有差异,6个月整存整取利率、1年期整存整取利率调整后分别为0.86%、0.98%,其余期限利率水平与其他5家国有大行保持一致。

在大行的“领头”之下,“降息潮”传导至股份制银行、城农商行、民营银行等各类中小金融机构。回顾2023年、2024年的存款利率调整,中小银行多为针对性下调3年期、5年期等长期限存款利率,以平衡揽储需求与成本压力,而活期、通知存款、协定存款等短期产品利率多保持稳定;但进入2025年,中小银行的降息逻辑发生转变,呈现出全品类覆盖的显著特征,短期、长期存款产品利率同步下调成为主流,有银行存款产品利率最大下调幅度达80个基点。经过多轮调整,一些中小银行3年期、5年期定期存款利率多已降至“2字头”,让此前依托高利率吸引储户长期资金的优势缩减,整个存款市场利率

格局逐渐趋向均衡。

若说全面降息是2025年存款市场的“主旋律”,与之相伴的,则是长期限存款产品的加速退出。而这一调整的率先发起方则是小型银行,土右旗蒙银村镇银行自11月5日起对定期人民币存款利率进行调整,1年期、2年期、3年期定期存款利率均有所下调,而此前利率为1.9%的5年期定期存款直接在产品列表中消失。梅州农商行也发布公告称,由于政策调整,该行已下架5年期定期存款产品,因此,已无法为持有5年期存款的客户提供自动续存服务。

国有银行、股份制银行虽未下架长期限整存整取产品,但已在大额存单领域主动“婉拒”长期限高成本负债。北京商报记者近日查询发现,工商银行、农业银行、中国银行、建设银行、交通银行及邮储银行国有六大行的手机银行App中,均已无5年期大额存单在售。招商银行、中信银行、兴业银行等银行也未查询到5年期大额存单在售。

融360数字科技研究院高级分析师艾亚文指出,存款全品类降息、长端产品加速退场调整,是银行压降负债成本最直接也是效果最明显的方式;后续除了直接压降负债成本以外,还可以进一步优化资产配置,增加高收益资产占比,以提升资产端收益,运用资产负债管理工具,通过衍生工具对冲利率风险,并合理匹配资产与负债的期限结构,在预期利率下降时增加短期存款比例以增强资金灵活性,从而平衡流动性、盈利性,做好风险控制。

## 揽储策略现分化

下调利率、压降高成本存款产品的核心动因是净息差持续收窄带来的经营压力。近年来,随着实体经济融资需求的结构性变化以及贷款市场报价利率(LPR)的持续下行,银行贷款收益率不断走低,而存款端成本存在一定刚性,导致银行净息差持续收窄。

国家金融监督管理总局发布的数据显示,当前商业银行净息差已处于历史低位。截至2025年三季度末,商业银行净息差为1.42%,与二季度末持平;从不同类型银行来看,国有大行、股份行、城商行和农商行的净息差分别为1.31%、1.56%、1.37%和1.58%。

因此,此前依靠高息存款吸引资金的模式,在当前息差收窄的环境下已难以为继;控制存款成本、优化负债结构,成为各家银行的核心经营目标之一。“后续,银行仍需通过持续结构优化稳定净息差”,苏商银行特约研究员高政扬指出,推进结构纵深调整,银行需通过优化产品设计、提升服务质量等方式,引导活期及短期存款占比稳步提升,持续改善存款期限结构,实现定价机制精细化,摒弃“一刀切”的传统定价模式,构建基于客户综合贡献度的差异化定价体系,并将金融科技深度融入负债成本管理,实现更精准的动态定价调整。持续拓展非息收入,加速财富管理业务发展,对冲息差压力。

高息存款这一“核心抓手”失灵后,2026

年“开门红”的揽储战场,呈现出地方银行与国有大行鲜明的攻防分化态势。以城商行、农商行为代表的地方银行遵循“礼品营销为主、利率吸引为辅”的揽储模式。在社交平台上,不少银行客户经理晒出清晰的积分换礼规则,米面油、品牌小家电等福利一应俱全,且明确标注“存款金额越高,礼品等级越优”的规则,以此刺激客户提升存款额度。

“在利率不占优的情况下,只能靠丰富的礼品来吸引储户”,有银行客户经理在接受北京商报记者采访时表示,与往年相比,2026年“开门红”期间,乡镇网点的营销力度显著大于城区。与此同时,不少地方银行还新增了“存贷联动”策略,明确存款达标客户可优先申请低息商户经营贷,通过存款与贷款的双向引流,提升客户黏性与资金归集能力。

国有大行2026年的“开门红”显得格外佛系,鲜少有客户经理主动推送存款产品信息,有客户经理坦言,“以前利率市场化程度高时,高息是核心抓手,现在单靠高息没有竞争力;客户常会直言‘利率不如小银行’。即便比拼礼品,相同礼品下,客户仍会选择利率更高的一方”。

在分析人士看来,国有大行负债端更为稳健,资金成本更低、客户黏性较强,在资产端收益承压的背景下,或更多强调负债结构优化与成本管控。而地方银行资本实力相对有限,需通过高强度、高频次的营销活动维持业务规模与市场份额,因此更依赖主动营销和提前冲刺。

# 攻自营保规模 消金行业加速深度转型

回顾2025年,消金行业在政策引导与市场博弈中加速深度转型。10月1日起正式施行的助贷新规,通过合作平台“白名单”、压实自主风控责任,推动行业告别“流量依赖”;贷款利率“新红线”不断下探,则进一步加速行业定价重构,市场分化加剧下,机构纷纷加强自营能力实现转型和蜕变。

“来年的关键是攻自营、保规模。”一消金公司从业者如是说道。展望2026年,行业集中度提升与差异化竞争,将成为消金业主旋律,客群与风控的精细化运营,成为破局关键。

## 利率压降下的行业阵痛

2025年消金行业大事件,无疑是10月1日落地实施的助贷新规。

最核心的冲击,在于将增信服务费、会员费等所有隐性成本纳入综合融资成本,锁定在24%司法保护上限内,而这也直接瓦解了行业延续多年的“息费拆分”盈利模式。

这种“穿透式监管”并非简单设限,而是通过三大关键抓手重塑行业生态:名单制管理要求银行及消金机构公开合作机构信息,分润与本金回收进度挂钩,全流程信息披露则把知情权交还借款人,确保每一笔费用透明可查。这些设计的本质,也倒逼消金业跳出“拼规模、赚快钱”的误区,转向“比服务、比价值”的良性竞争。

监管高压下,行业短期阵痛明显。“最大的冲击莫过于利率红线,从24%红线到20%,甚至是近期落地的小贷行业4倍LPR红线,对消金行业来说都是无形的压力。”一消金公司从业者如是说道。

该人士所称的20%利率红线,是指10月末多家消金机构收到的“新发放贷款利率调整至20%以内”的窗口指导,当时,有消费金融机构证实已接到通知,要求新增贷款综合融资成本不得超过20%,但由于具体实施细

则尚未确定,对于何时执行、如何调整等,公司尚未有明确计划。

而小贷4倍LPR红线,则是近期下发的小贷行业发展指引,据称,将指导小贷公司逐步将每笔贷款综合融资成本均降至1年期LPR的4倍以内,到2027年底前全部新发放贷款综合融资成本完成压降。

另一消金公司从业人员直言,贷款利率的进一步压降,对于整个消金行业都有着重要的影响,首先,直接影响机构的净利润,尤其是原本靠高利率覆盖高流量、高风险成本的某些机构,利润可能瞬间逼近盈亏平衡点;其次,为保发展,某些机构可能出现量价齐缩;此外,监管同步收紧ABS、金融债发行节奏,资金成本整体上行。“而这些,都对消金公司的自主获客和自主风控能力提升带来了极大挑战。”该人士坦言道。

整体来看,与此前“拼流量、拼放款速度”的竞争逻辑不同,2025年行业竞争重心转向“拼资产质量、拼合规厚度”,这种转变虽让行业经历短期阵痛,但也推动行业向更健康的方向发展。

正如博通咨询首席分析师王蓬博评价:“它不仅是一个监管文件,而是一次系统性规则重新修订,通过建立合作平台‘白名单’、限制银行和消金公司承担自主风控责任、限制联合贷比例等硬约束,彻底终结了过去流量

为王、风控外包的粗放模式。”

其中,过度依赖外部助贷渠道、缺乏核心风控能力的中小机构将加速出清;头部机构则从规模扩张的“军备竞赛”,转向核心能力比拼的“内功修炼”。

某消金机构负责人称,新规的落地,一方面促进了信贷资源的精准匹配与结构优化,通过规范融资渠道引导理性借贷,实则是对消费者权益的深层保护,避免部分群体陷入过度负债的困境。另一方面,它也推动了市场主体的提质增效,对从业机构的风控能力与抗风险水平提出了更高标准。虽然行业正经历着必要的磨合与适应期,但长远而言,行业整体专业水平的提升,必将推动市场构建起更加规范、稳健且可持续的良性生态。

## “自营+风控”成转型关键

严监管下行业阵痛的另一面,是行业机构的转型与应变,其中关键是,强化自主获客、自主风控、自主贷后管理等核心环节,以及行业生态持续优化、存量用户价值的深度挖掘。

马上消费研究院首席研究员王梦汐指出,2025年,消金行业从喧嚣期迈入冷静期,成为行业发展的关键分水岭,行业实现从被动合规向主动自律的转型,客群定位摒弃过度下沉的误区,此外,风控逻辑也从概率博弈转向包容审慎,兼顾风险防控与服务温度。

此言不虚,某消金机构负责人也称,为应对变局,机构纷纷将“强化自营渠道与自主风控能力”作为破局核心。

一方面,通过发力自营App、线下网点建设及场景嵌入把控获客主动权,降低对外部平台的流量依赖;另一方面,加快风控体系升级,探索动态定价、风险早期预警等机制,筑牢资产质量防线。另在规模与质量的平衡上,机构

普遍摒弃单纯的规模追求,转而通过精细化运营挖掘存量用户价值,同时科学提升拨备水平,增厚风险缓冲垫,确保业务长期稳健发展。

另外,中邮消费金融相关负责人提到,当前,消金业已告别“跑马圈地”的粗放增长,进入以“精耕细作”为特征的高质量发展阶段。竞争核心从规模转向科技赋能下的风控能力、客户体验与存量价值深挖。

“行业承压表面看是利率红线和新规所致,深层原因其实是旧增长逻辑的潜在风险在暴露。”王蓬博直言,在利率上限下,高风险客群的盈利模型崩塌;同时,流量成本高企、三重挤压让利润空间急剧收窄。在应对上,王蓬博认为,机构一方面要强化自营渠道,降低对外部平台依赖;另一方面也要加快自主风控能力建设,比如引入大模型做早期预警、构建动态定价体系。

## 规模与质量间谋求新平衡

展望2026年,业内认为,在行业震荡中,头部机构与中小机构的差距将持续拉大,呈现强者恒强的“马太效应”。

整体来看,持牌消金行业将进入高质量发展新阶段,行业集中度提升与差异化竞争将成为主旋律,客群与风控的精细化、智能化运营将是机构破局的关键。

素喜智研高级研究员苏筱芮表示,尽管新规之下,消金公司要面对压降的行业整体利率以及贷后业务风险的不确定性,但在促消费利好叠加贴息政策影响之下,消金公司亦存在较好发展空间。预计持牌消金后续将不断加强自营渠道建设,深耕特定客群与场景(如电商、绿色金融、新市民等),通过升级科技模型,加大AI在贷前、中、后的全流程应用,推动实现更精细化的客群分层,在规模、

盈利与资产质量间谋求新平衡。

王蓬博则称,资金端低成本长期资金将成为稀缺资源,因此消金机构与银行等机构的合作会更紧密;客群重心也将转向“分层”,聚焦优质新市民、年轻白领、绿色消费等细分人群;而场景端,教育、医疗、新能源车、家居等垂直领域或成为消金公司争夺的新战场。

“展望未来,行业将朝着更加智能化、场景化、生态化的方向演进。”前述中邮消费金融相关负责人称,其中,智能化是核心驱动力,例如该公司智能坐席助手意图识别准确率达98%;其次,场景化是服务延伸的触角,未来的消费金融将更深入地嵌入真实的消费生态中,从“产品为中心”转向“场景为中心”。最后,生态化是可持续发展的保障,消费金融公司将更积极地与商业银行、电商平台、线下商户等构建合作共赢的生态联盟,实现资源互补与协同发展。

蒙商消费金融也提到,将持续加大家用电器、教育、生活消费、装修、手机数码、旅游、婚庆、租房、家具、健康医疗等重点领域投放力度,满足人民群众消费升级需求,同时将加大金融科技与数字化技术的广泛应用,促使消费金融更具普惠性,契合消费金融小额、分散的信贷原则,覆盖更多长尾客户。

南银法巴消费金融称,始终紧跟监管导向,坚持业务全流程自主能力打造,持续强化自主获客、自主风控、自主贷后管理等核心环节自主能力建设,为中端客群提供额度与定价均相对适中的消费金融服务。

“最大的挑战是在日益严格的监管环境下,如何构建可持续的、具备核心竞争力的商业模式。”前述消金机构负责人称,后续,行业要推动服务从“便捷化”向“精细化”升级,针对不同客群需求提升个性化服务体验,强化合规管理,让消费者享受到安全、便捷、公平的金融服务。

北京商报记者 刘四红