

跨界合作引流 银行积存金业务硝烟起

近两年,国际金价大涨,市场黄金投资热情持续高涨,银行积存金业务凭借灵活的投资方式、较低的准入门槛,成为广大投资者眼中的“香饽饽”。近日,又一家银行选择与头部互联网平台合作,借助互联网流量拓展积存金代销业务。

在分析人士看来,银行与互联网机构展开合作,不仅能够获取巨大的真实客户流量,有力推动银行中间业务的快速发展,也能提升客户交互黏性与资金留存,为后续交叉销售理财、保险等产品创造入口,增强零售生态协同效应。



销售服务。

关于具体业务操作流程,兴业银行客服进一步介绍,用户进入京东App、京东金融App对应的积存金业务页面后,需先行开立兴业银行Ⅱ类账户(无取款密码),开户过程中需完成真实身份核验,通过互联网平台进行人脸识别认证,并提交身份证号码等身份信息,完成账户开立。账户开通后,用户需完成个人风险承受能力测评,只有测评结果达到C3及以上等级,才能进行积存金的买卖交易(京东积存金交易时使用京东支付密码)。

北京商报记者实测发现,兴业银行并非首家与京东金融开展此类合作的银行,此前

工商银行、民生银行、浙商银行、广发银行等多家银行,均已入驻京东金融平台开展积存金业务。

据京东金融客服介绍,平台内各银行积存金手续费标准各有不同。购买工商银行积存金,买入手续费为0.2%,卖出手续费为0.5%;民生银行、浙商银行积存金享受买入0手续费优惠,仅卖出收取0.4%手续费;广发银行积存金无额外买入手续费,交易成本通过买卖差价体现;兴业银行黄金积存业务则全程不收取开通与交易费用,交易点差将根据市场实际情况动态调整。

除京东金融外,支付宝黄金板块也早已

上线银行积存金代销服务,目前可通过支付宝App购买工商银行及浙商银行的积存金,两家银行在支付宝平台的买卖费率,与京东金融平台保持一致。

积存金作为银行的传统业务,如今为何纷纷向互联网机构抛出橄榄枝?苏商银行特约研究员武泽伟分析认为,背后主要有三重驱动因素:一是银行面临息差收窄压力,亟须拓展中间业务以稳定收入,而互联网平台坐拥海量年轻用户,能有效弥补网点获客短板;二是监管规则已明确互联网机构仅可代销、不得自营黄金账户,为银行合规进驻扫清了制度障碍;三是近期金价攀升催生全民投资热潮,银行借平台流量快速做大积存金规模,以手续费收入对冲传统业务放缓的影响。

中国(香港)金融衍生品投资研究院院长王红英也指出,互联网机构所拥有的渠道优势,是传统商业银行的App乃至物理网点无法比拟的。巨大的真实客户流量,能够有效推动商业银行中间业务的快速发展。在利差逐步收窄的背景下,商业银行要提高自身收益,必须提升中间业务占比。与互联网机构在合规前提下开展合作,可以显著扩大客户基数,从而促进业务增长。

武泽伟进一步表示,与互联网平台合作代销积存金,对银行零售布局具有多重利好。平台级流量助力银行突破物理网点限制,以较低成本触达长尾及年轻客群,实现精准获客;积存金作为表外中间业务不占用资本,手续费收入能有效优化盈利结构,在息差收窄背景下发挥“稳定器”作用;此外,积存金交易频率较高,可提升客户交互黏性与资金留存,为后续交叉销售理财、保险等产品创造入口,增强零售生态协同效应。

火热背后合规仍是底线

事实上,互联网黄金理财市场早在2018年前就曾迎来一波热潮。彼时,京东金融推出

“京生金”、腾讯与工商银行合作上线“腾讯微黄金”等。2018年,中国人民银行发布《互联网黄金业务暂行管理办法(征求意见稿)》,明确要求金融机构负责互联网黄金业务产品的报价、黄金和资金的运用、产品推介说明的制作。互联网机构对其代理销售金融机构的黄金产品,可提供产品展示服务,不得提供黄金清算、结算、交割等服务,不得提供黄金产品的转让服务,不得将代理的产品转给其他机构进行二级或多级代理。同时要求互联网机构注册资本应不低于3000万元人民币,且必须为实缴货币资本,具备熟悉黄金业务的工作人员。

在监管政策的规范引导下,银行与互联网机构的黄金业务合作逐步走向规范化。但对于第三方互联网平台而言,如何严守合规底线,保障用户资金与个人信息安全,仍是业务开展的关键。

对此,武泽伟建议,第三方平台开展积存金代销业务,在账户开立环节,平台须明确代销定位,引导客户跳转银行官方页面完成账户开立,严禁自建黄金账户体系;在资金划转环节,客户支付密码验证后资金直入银行专管账户,平台不介入清算结算环节,实现资金闭环管理;在交易风控环节,平台应同步充分揭示金价波动风险,前端强制完成风险承受能力测评,落实投资者适当性管理,并完善反洗钱监测机制以防非法资金流转。

王红英指出,互联网机构在合作中应仅聚焦于营销推广环节,而客户账户开立、资金划转等核心操作,均由商业银行自主负责完成,通过这种权责划分建立风险防火墙,既能有效避免用户个人信息泄露,也能充分保障用户资金安全。在严格的监管框架下,互联网平台与商业银行双方共同落实风控措施,形成风险防控双保险,让互联网平台专注于渠道引流,从源头上规避用户信息与资金安全风险,推动互联网黄金代销业务持续健康发展。北京商报记者 孟凡霞 周义力

又一家银行牵手互联网大厂

又一家银行将积存金业务“驶入”互联网平台的“快车道”。北京商报记者注意到,为满足客户需求,兴业银行日前发布公告,该行与京东旗下的京东金岳(厦门)数字科技有限公司合作,开展积存金代销业务。

北京商报记者就此向兴业银行客服咨询获悉,此次京东积存金项目,是兴业银行首次与外部互联网机构合作的积存金代销项目。该业务将依托京东App、京东金融App等渠道,为用户提供兴业银行积存金产品的代理

维修返利暗藏陷阱 多地曝光车险新型欺诈手段

车险领域的消费者权益保护议题,一直是行业监管与消费者关注的焦点。4月9日,吉林金融监管局发布消费者提示表示,近期,一些车辆维修机构以“高额现金返现”“维修补贴返利”为噱头,诱导出险车主到店维修,背后暗藏以次充好、侵害车主权益等诸多问题。为保障财产安全及合法权益,吉林金融监管局提醒广大车主提高防范意识,远离维修陷阱。

这类车险消费陷阱并非个例,近期已在多地集中显现,引发监管层面的高度警惕。北京商报记者进一步梳理发现,近期,青海、北京、大连、厦门等多地金融监管局相继发布风险提示,揭露了当前车险市场中一系列新型、隐蔽的非法经营与欺诈行为。从兜售虚假车险保单,到维修时以返利为诱饵设局,再到组建专业化骗保团伙,各类违规手段持续迭代升级,给车主的财产安全和合法权益带来了严重威胁。

销售维修环节暗藏猫腻

针对维修返利这类看似“让利”的行为,4月9日,吉林金融监管局提示,所谓“维修返利”并非福利,实则是违规操作的“变相成本”。个别车辆维修机构通过故意夸大事故损失、用劣质配件替代原厂配件、应更换零件仅简单维修等手段牟利,会导致车辆维修质量不达标,埋下严重行车安全隐患,还会加速车辆贬值,同时推高车险理赔成本,可能造成后续商业险承保困难、保障不足。

当前,车险领域的欺诈行为呈现出更加恶劣的团伙化、专业化特征,多地监管部门也相继披露了类似行为。北京金融监管局提到,近期,不法分子与个别汽车维修机构勾结,通过故意制造交通事故、编造虚假理赔材料等手段骗取保险赔款,已涉嫌构成保险诈骗罪。

除了理赔环节的猫腻,最具迷惑性的陷阱莫过于无资质机构或个人假冒正规险企,出售虚假车险产品。厦门金融监管局提示消费者,近期,以“车辆安全统筹”“汽车服务”为名的非法保险业务乱象持续滋生,不法机构

以“低价车险”“理赔快”“审核松”为幌子,假借交通安全统筹名义,通过虚假宣传、仿冒正规险企等手段诱导消费者办理相关业务,严重扰乱市场秩序,侵害消费者合法权益。所谓的车辆交通安全统筹机构、汽车服务机构等未依法取得保险业务经营许可,其销售人员谎称是人保、平安、众安等持牌保险公司业务员,或以“保险公司合作方”“官方授权渠道”为幌子,口头宣称售卖“车险”,向消费者承诺保障范围、理赔标准与正规车险一致,而收款后却仅出具交通安全统筹单或保障单,刻意回避其并非保险业务的本质,甚至谎称保费会转交正规保险公司。

从维修返利到团伙骗保,再到非法销售假车险,车险欺诈乱象屡禁不止,背后也折射出行业治理中的多重痛点。河南泽律律师事务所主任付建表示,车险欺诈现象泛滥的原因在于多方主体存在信息不对称。保险公司工作人员也在核实事故真实性方面存在疏漏,在实际操作中可能存在简化核赔流程导致未仔细核实事故原因,且被保险人、维修方串通后这种有预谋的骗保手段不容易识别。此外,骗保行为违法收益高、违法成本低。

险企需建立反诈协作体系

保险欺诈行为损害的不只是保险公司的经济利益,从保险的本质而言,保险是向面临相同风险的群体筹集资金,用以补偿少数遭受灾害者的风险控制机制,因此,保险欺诈行为同时损害的还有其他保险消费者的利益。

对于消费者来说,如何构建全流程避坑攻略?北京金融监管局表示,车辆出险后,请立即通过承保公司官方客服热线、微信公众号、App等正规渠道报案,并前往具备合法资质的维修企业定损维修。切勿轻信“零元修车”“包办高额理赔”等宣传,严禁将身份证、银行卡、车辆证件及手机验证码等敏感信息交予不明身份人员。如对理赔事宜存在争议,应通过与保险公司协商、向保险行业协会申请调解或拨打12378金融消费者投诉维权热线等合法途径解决。坚决抵制任何诱导、教唆虚构事故、夸大损失的行为。

遏制车险欺诈,既需要消费者自我防范,也离不开行业与监管层面的协同治理。付建表示,保险公司之间可以相互协作共享信息,建立专门的档案对有理赔历史的投保人进行存档,对于有多次理赔历史的投保人在投保时进行预警,也可以利用信息技术分析投保人的风险。其次也需要保险监管部门与公安部门协作,普及骗保案件涉及的法律知识、销售虚假保险可能涉嫌违法,建立举报投诉热线和奖励制度。

“保险是保障民生、抵御风险的重要工具,切勿因贪图低价而陷入涉诈陷阱。若发现疑似非法销售保险、冒充正规保险机构等不法行为,请及时向金融监管部门举报,若已遭受财产损失,立即向公安机关报案,共同维护市场秩序,守护自身财产安全。”青海金融监管局提示。

北京商报记者 李秀梅

钱包数猛涨 银行数字人民币成绩亮眼

数字人民币进展飞速,作为运营机构,银行在推动其场景扩容、服务落地方面发挥着重要作用。4月9日,北京商报记者梳理发现,以国有大行为主,多家银行在2025年年报中列出数字人民币“成绩单”。整体来看,在取得交易金额、开立钱包数等指标高速增长的同时,银行注重数字人民币“质变”,形成特色服务。值得注意的是,数字人民币运营机构的扩容,让“差异化”更成为市场底色。

梳理各银行2025年年报,北京商报记者注意到,六家国有大行均用不同篇幅披露了数字人民币最新进展,涵盖交易金额、开立钱包数、商户数等多维度,“同业领先”“位居第一”等称号格外惹眼。

中国银行全年实现数字人民币消费笔数8660万笔,消费金额277.62亿元。截至2025年末,历史累计有效商户数达1369万户,市场排名领先。二类(含)以上个人钱包与对公钱包数净增806万个,比上年末增长46.05%。

交通银行累计开立个人钱包超2300万个,较上年末增长20.84%;累计开立对公钱包超90万个,较年初增幅26.17%;累计交易金额超1万亿元,较上年末增长128.02%;累计对接、上线数字人民币2.5层合作机构超100户。值得一提的是,2025年每月16日启动的“数币节”促消费活动直接带动该行数字人民币支付超1200万笔,交易金额超7亿元。

截至2025年末,建设银行个人活跃钱包数达3005万户,对公活跃钱包数达261万户,活跃商户数达93万户。数字人民币主要指标保持同业领先,累计消费笔数同业第一,累计消费金额同业第二。邮储银行通过数字人民币App开立的个人钱包规模超3500万个,位居同业首位。

除了亮眼的数据表现,各银行在推动数字人民币市场拓展、智能合约应用等方面均

取得积极成效。例如,工商银行表示,将智能合约广泛应用在财政税收、养老助餐、赛事服务、预付费监管平台建设等领域,首批对接人民银行数字人民币区块链服务平台,实现数字资产平台行业首单交易。

建设银行公积金、代发、代理财政、校园等场景加速铺开,全年数字人民币公积金交易金额快速增长,通过协议支付接入的校园场景大幅增加。

上海金融与发展实验室首席专家、主任曾刚评价道,数字人民币在规模扩张与质量提升两个维度均取得了阶段性成果,整体呈现出“从量变到质变”的转型特征。在规模层面,多家国有大行年度消费笔数达千万量级,消费金额屡创新高,累计有效商户数迈上千万级台阶,钱包数量同比增幅显著。这一态势印证了数字人民币在C端用户和B端商户两侧的持续双向渗透,商户服务网络的不断完善也为使用频率的进一步提升奠定了扎实基础。

“2025年银行数字人民币推广整体走得比较稳,没有盲目追求速度,更多是在夯实基础、提升使用效率。场景上,从零售支付往政务、民生、产业这些更实用的方向走,落地效果比单纯铺量要更扎实;各家银行也开始结合自身客群和资源形成差异化服务,不再是一刀切推进。”博通咨询首席分析师王蓬博表示。

展望2026年,人民银行定调,“稳步发展数字人民币”。作为数字人民币流通的“毛细血管”,运营机构的下一步动作备受关注。曾刚表示,对于新入局机构而言,应充分发挥自身禀赋。具体来看,股份行可依托零售客群和场景生态快速切入;城商行则宜聚焦本地特色场景。对于老运营机构,则应在现有基础上持续深耕智能合约应用、跨境支付探索以及数字资产平台联动,推动2.0版生态向纵深建设。北京商报记者 董皓萱