

推特色存款 中小银行抢滩揽储市场

2026年存款市场迎来变局时刻,高息定期存款集中到期,叠加存款利率持续下行,普通存款收益“缩水”明显。5月13日,北京商报记者注意到,为突围同质化竞争,多地中小银行纷纷打出“特色牌”,推出差异化存款产品。这类产品起存金额在1万—20万元,高于普通定期存款产品利率,部分产品设计不自动转存规则,严控负债成本。在分析人士看来,短期看,这类产品能快速沉淀稳定资金,缓解揽储之急;但长期而言,单纯的利率比拼极易陷入隐性价格战,对净息差造成影响,中小银行应引导短期闲置资金转化,同时借助同业存单等工具拓宽主动负债渠道,避免存款成本刚性抬升。



加大营销力度

存款市场正迎来一轮天量定期存款到期潮,其中大部分资金是2021—2023年储户锁定的3%—4.5%高利率长期存款。定存到期后,储户直面的是利率近乎“腰斩”的市场现状,资金再配置需求显著升温。5月13日,北京商报记者注意到,已有多地中小银行加大特色存款产品营销力度,以此差异化吸引储户、抢占市场份额。

海南农商行营销的特色整存整取存款产品“社宝存”,实行多档起存、差异化利率定价。据该行公告,“社宝存”分为3个月、6个月、1年期三个期限,起存金额分1万元、5万元、20万

元三档,利率随起存金额递增而提高,其中,20万元起存的1年期产品年利率达1.45%,每万元利息为145元,为该产品最高水平。“这款产品利率比普通整存整取定期存款利率高一些,只能使用我行第三代社保卡来办理存款产品”,海南农商行一位客服人员说道。

新疆农商行多家分支机构也推出了类似产品,该行乌鲁木齐市支行营销了金雪莲系列特色存款产品,“金雪莲A5号”为1年期储蓄存款,年利率1.4%,5万元起存;“金雪莲A6号”为3年期储蓄存款,年利率1.7%,同样5万元起存。据乌鲁木齐市支行相关工作人员介绍,特色存款产品与普通存款二者主要差异在起存金额、利率高低和是否自动转存三方面,普通定期存款50元即可起存,1年期存款利率1.1%、

3年期则是1.25%,到期后会连本带息按到期当日挂牌利率自动转存;而特色存款利率比普通存款更高,但不支持自动转存,到期后不再按特色利率计息,会转为活期,需要本人到网点人工办理转存服务,届时可根据当期在售产品选择继续存特色存款或普通存款。

新疆农商行哈密巴河支行上线的雪都系列包含两款核心产品,“雪都·马上盈”为1年期定期存款,起存金额10万元,执行年利率1.16%;“雪都·迎春宝”为3年期定期存款,起存金额20万元,执行年利率1.55%。哈密巴河支行一位工作人员介绍,该产品属于不自动转存的特色存单,利率略高于普通定期存款产品,当前该行1年期普通定期存款利率为1.15%、50元起存,3年期普通定期存款利率

为1.3%,同样是50元起存。普通定期存款产品到期后会按当时利率自动转存,而特色存款产品到期不会自动转存。

广州农商行推出的“金米活利存”特色活期存款产品,则是将创新焦点放在活期存款的收益提升上,活期账户留存资金、余额达标即可享受利率上浮,以季日均余额分层定价,分别大于等于15万元、30万元、50万元档位可享产品活期存款分层利率3倍、4倍、5倍上浮。假设广州农商行活期存款挂牌利率为0.05%,且“金米活利存”产品签约日期为1月1日,则签约后首次资金达标情况判断时间为3月20日。若活期账户季日均余额等于50万元,系统判断符合“金米活利存”第三层达标条件金额要求,可适用产品分层利率0.25%。

应避免存款成本刚性抬升

梳理中小银行推出的特色存款产品可发现,产品共性多为设置1万—20万元起存门槛,区别于普通存款50元低门槛;利率随起存金额、存款期限递增;部分产品不支持自动转存、限定办理条件,控制负债成本,避免资金长期锁定带来的成本压力。

在利率持续走低、高息存款集中到期的压力下,地方中小银行推出特色存款,本质是负债端精细化管理的手段。苏商银行特约研究员武泽伟指出,这类产品的共性在于通过设定起存金额门槛或季日均余额进行分层定价,在不突破挂牌利率上限的前提下,用精准让利替代普降利率式的高息揽储,既吸引价格敏感型储户,又尽力控制负债成本。特色存款能短期缓解揽储压力,但难以支撑长期稳健经营。单纯依靠收益比拼极易陷入隐性价格战,侵蚀本已承压的净息差。可持续路径在

于将产品高收益与客户综合贡献挂钩,更多引导短期闲置资金转化,同时借助金融债、同业存单等工具拓宽主动负债渠道,避免存款成本刚性抬升。此外,中小银行需从深耕本地服务与强化场景金融上破局,通过提升支付结算效率、优化代发工资与收单服务,沉淀低成本活期资金。同时发力财富管理,用理财、保险等中间业务增强客户黏性,将利益让渡从吸储成本转为综合服务创造的多维收益,筑牢负债端稳定性根基。

对储户而言,在利率下行周期配置特色存款,则需摒弃“盲目追高”心态,秉持锁定收益、兼顾流动、安全第一的原则,理性规划资产配置。

资深金融监管政策专家周毅钦认为,储户应优先选择头部中小银行,分层搭配长短定期特色存款,留存应急资金保障流动性。依托保险产品锁定稳健收益,增配年金险、增额终身寿险等固收类保险,锁定长期稳定利率,对冲存款降息带来的收益下滑。适度增配理财产品与公募基金,挑选低波动固收理财、债券型基金,补充收益,增厚资产回报。少量配置黄金资产,黄金与金融资产相关性较低,风险承受能力稍强的储户可小幅加仓,抵御市场波动与货币贬值,分散投资风险。整体秉持稳健原则,不盲目追高,平衡各类资产,实现资产保值。

“利率下行期配置特色存款,储户应秉持锁定收益、兼顾流动的策略。首先要确认产品纳入存款保险保障,在此基础上优先选择可锁定中长期利率的品种。投资前务必研读提前支取计息规则,尽量用闲置资金配置,同时将超过50万元的资金分散存放,在收益追逐中始终为安全留足缓冲垫”,武泽伟如是说道。

北京商报记者 宋亦桐

聚焦 Focus

银行理财公司打新“双线掘金”

在传统固收资产收益率持续走低的“资产荒”背景下,银行理财公司将目光投向A+H股双线打新之路。一边是港股IPO市场供需两旺,多家理财公司出手布局,以基石投资者身份重仓半导体、新能源等战略赛道;另一边,A股网下打新同样活跃,理财公司频频现身配售名单。在分析人士看来,根源在于“资产荒”压力下的收益突围,在市场机会、制度红利与头部机构示范效应的三重共振下,打新正从少数先行者的探索变为行业共识。

“资产荒”下收益突围

港股上市热潮持续升温。据港交所数据,2026年前四个季度的首次公开招股集资金额为1514亿港元,同比上升604%。港股IPO市场热度持续走高。

港股IPO行情火热之际,这一投资风口也迅速受到银行理财公司青睐,多家机构纷纷加大布局力度,投向重点聚焦半导体、科技制造、前沿科技等战略性新兴产业赛道。

具体来看,头部理财公司布局力度尤为突出。工银理财4月28日披露,年内已累计参与16笔港股IPO投资,入围胜率100%,投资加权收益率更是突破100%。公司仍以基石投资者身份深度参与6笔重点IPO项目,重点覆盖半导体、新能源、高端制造等国家战略核心赛道,布局标的包括兆易创新、大族数控、广合科技、思格智能、长光辰芯、曦智科技等企业。

中邮理财也多次出手,例如,基石重仓澜起科技、豪威集团,布局国恩科技、MINIMAX、壁仞科技,其中,MINIMAX上市首日暴涨109.09%,壁仞科技上市首日涨75.82%。

投资眼光不仅囊括港股,理财公司也同时加速布局A股网下打新。5月,天海电子、维通利等A股公司的网下初步配售结果名单中,兴银理财、宁银理财旗下产品多次现身,并顺利入围有效报价。

从行业视角来看,目前理财公司A+

H股双线发力的打新策略已然形成:一边重仓港股IPO基石投资、锚定优质科创标的,一边布局A股网下打新增厚组合收益。

缘何理财公司开始集中青睐权益市场?苏商银行特约研究员武泽伟分析称,根源在于“资产荒”压力下的收益突围。他指出,2025年全市场理财产品平均收益率已不足2%,传统固收资产空间持续收窄,倒逼机构向更高收益策略寻求突破;2025年3月证监会将银行理财产品纳入IPO优先配售对象,为这条路径打开了制度窗口。更深层看,这标志着理财公司从纯固收向“固收+”及多资产策略的系统性迁移,混合类产品正是当前转型主战场。在市场机会、制度红利与头部机构示范效应的三重共振下,打新正从少数先行者的探索变为行业共识。

理财打新如何走得更稳

那么,工银理财“入围胜率100%、投资加权收益率超100%”的成绩单是否具备市场普遍性?资深金融监管政策专家周毅钦直言,这样的高收益一方面是工银理财作为头部机构具有人才团队和资源优势,另一方面也与较好的市场环境和优质标的配合有关。

谈及在常态下,此类打新策略为理财产品带来的收益几何,周毅钦表示,对固收+、混合类理财产品的收益增厚幅度取决于投资比例。一般来说,如果配置比

例在5%—10%,通常可带来1%—2.5%的年化收益增厚,但波动也会同步放大。这对客户而言,则能在低利率环境中增强收益竞争力,契合“稳健+增值”需求。

不过,站在更高维度来看,银行理财打新也并非一条坦途。武泽伟分析称,港股破发率近年超过三成,且基石投资有六个月锁定期,流动性约束与理财产品定期开放的赎回特性存在天然张力;汇率风险同样不可忽视,跨境投资还本付息均以港元计价。其次,理财公司传统固收团队对科技企业的技术壁垒、产业周期及海外合规风险的穿透力不足,定价能力偏弱。再者,港股基石投资涉跨境投资资质与资金出境流程,操作复杂度较高且委外渠道存在不畅之处。最后,投资者教育普遍滞后,部分客户误将打新等同于无风险套利,引发声誉风险隐患。

对此,武泽伟建议,未来若推进“A股+港股”双线打新布局的长效发展,在产品设计上,应坚持“稳健底仓+超额弹性”的核心结构,将打新仓位控制在合理比例,设置必要的持有期以匹配基石投资锁定期要求,严把产品风险评级与投资者适当性匹配。投研能力上,加快引进权益研究人才,构建跨市场新定价框架,减少对外部评级的被动依赖,同时建立覆盖项目筛选、估值定价到退出决策的全流程投研体系。风控机制上,强化单票集中度、行业集中度与整体仓位上限约束,常态化开展极端行情压力测试。

北京商报记者 孟凡霞 周义力

一季度九成险企综合退保率低于1%

5月13日,北京商报记者梳理70家人身保险公司的综合退保率数据发现,今年一季度,人身险行业退保情况总体趋稳,行业综合退保率优化明显。不仅多数公司的综合退保率降至1%以下的低位,全行业均值更是降至0.59%的低位。这一数据背后,折射出行业经营逻辑、消费者行为以及宏观环境的深层次变化。

综合退保率是保险行业高度关注的指标,它不仅反映了消费者对产品的持有信心,更直接关系到险企的资产负债匹配与流动性安全。

据北京商报记者不完全统计,目前已经披露一季度偿付能力报告的人身险公司中,70家险企披露了综合退保率指标,整体来看,行业的退保率情况来到了低位。

数据显示,这70家公司的综合退保率平均值为0.59%,去年同期为0.8%;中位数为0.48%,去年同期为0.55%,两项指标优化明显。更值得注意的是,一季度共有63家险企的综合退保率保持在1%以内,占比高达90%;另有6家险企综合退保率控制在1%—2%之间。

从行业分布来看,此前综合退保率居高不下的险企数量明显减少,绝大多数险企成功将综合退保率压降至较低水平。

综合退保率下降背后,映射出人身险行业整体的业务结构调整和业务品质逐渐向好,表明人身险行业整体业务稳健性和客户黏性正在实质性提升。有业内人士指出,综合退保率的高与低具有较为明显的产品特点,也与利率环境有关,综合退保率高的产品主要是储蓄型产品,其受利率环境和分红收益的影响较大。此前,市场利率在高位,会导致消费者投保的保单显得不划算而退保。

过去业内常担忧的“退保率高企”问题,为何如今得到如此明显的缓解?消费者为何愿意继续持有保单,而不是选择“分手”?

“今年一季度综合退保率下降得益

于多方面因素。”苏商银行特约研究员付一夫分析,一是近两年保险公司持续优化产品结构,提升长期险业务占比,降低了短期理财型产品的业务比例;二是行业加强销售行为规范,减少误导性销售行为,提高了保单质量;三是利率持续下行,客户手中保单比新产品和其他竞品产品收益更高,理性消费者的选择从“退了再买”变为“留着更划算”。

此前行业高退保率的背后,往往潜藏着销售误导的影子,此前行业屡禁不止的违规销售行为为保险公司埋下了不少隐患。如部分机构和销售人员为追求业绩,存在夸大产品收益、隐瞒保障范围、混淆保险与存款等违规销售行为,导致消费者投保后发现实际收益与预期不符,进而选择退保。

近两年,随着行业监管趋严、规范化水平提升,为退保率回落并保持低位奠定了基础。同时,金融监管部门联合公安部门对“退保黑产”的打击也在持续发力、成效显著,有效遏制了恶意退保乱象。此前,“退保黑产”团伙通过虚假宣传、恶意投诉、伪造材料等手段,诱导消费者非正常退保,从中收取高额手续费,不仅人为推高退保率,还加剧了险企现金流压力、扰乱行业秩序,而持续的打击行动大幅提升了违法成本,斩断了非法利益链条,从源头减少了非理性退保行为。

展望未来,人身险行业的综合退保率将走向何方?客户黏性能否维持?付一夫预测,未来险企综合退保率指标预计总体保持低位,从宏观层面看,利率环境趋于平稳,有效增强了保险产品的收益稳定性和吸引力,降低了消费者因收益不及预期而退保的可能性。从险企层面来看,险企不断优化客户服务,通过续期提醒、增值服务等措施,进一步增强客户黏性,减少主动退保行为,多重积极因素叠加,推动行业综合退保率持续维持在低位。

北京商报记者 李秀梅