



存款“降利”难倒储户 贷款“保本”难倒银行 政策合力促发展 银行“输血”小微企业



“现在的钱都不知道怎么投资了。”陈女士发愁道，最近发现现金理财的收益都比较低甚至是负的。和陈女士有相同困扰的还有银行理财经理。一位在某国有大行的理财经理秦先生表示，由于银行理财“破净”，现在给客户推荐理财产品更加谨慎了，更建议风险承受力低的客户考虑一些养老理财、存款、国债产品。

不过，现在连存款的利率都开始下调了。与此同时，多位受访的银行支行行长都在考虑，如何将更多贷款在“不亏本”的前提下投放出去。客户在烦恼如何理财，银行在烦恼贷款需求不足。曾经“以存定贷”的行业规律，似乎正在转向为贷款“保本”、存款“降本”。

存款利率降了

陈女士夫妻二人都在科技行业工作，家庭年收入40万元左右，除了房贷，平时的大额支出不多。对于手头富余资金的理财安排，是她近期较为头疼的问题。在她看来，考虑到目前的经济形势，手头流动性还是比较重要的，但是现在想找到一款既能满足流动性灵活、又能有较稳定收益预期的理财产品真的太难了。

银行存款这个“浓眉大眼”的居民储蓄理财选项，近期也开始调降利率了。记者线上咨询招行时即被告知，该行3年期大额存单年利率2.9%，且20万元起存和30万元起存都是一样利率。民生银行APP显示，3年期大额存单20万元起存，年利率3.4%。工商银行网站显示，今年发行了6期3年期大额存单，20万元起存，利率都是3.35%。兴业银行APP显示，3年期大额存单20万元起存，利率为3.55%。此外，浦发银行、平安银行的3年期大额存单也是20万元起存，年利率3.55%，但额度紧张。

4月25日开始，多家银行三年期大额存单利率下调了0.1个百分点。工行一支行客户经理表示，三年期大额存单利率为3.25%，且额度不好抢。此外，兴业银行APP显示三年期大额存单年利率3.45%，较上周下调了0.1个百分点。平安银行三年期大额存单年利率3.4%，较上周下调了0.15个百分点，且已售罄。招行、民生银行则尚未继续下调。

相较于同期限的普通定期存款，大额存单的优势之一是储户可以在持有中途转让。记者在招行APP上看到，三年期大额存单的利率下调，使得先前利率较高的存单产品成了抢手的转让产品。比如在转让区的一单4月7日刚起息的三年期大额存单，原利率3.45%，剩余期限1082天，转让后测算年化还有3.17%利率，在早上9点开售后很快就被售出了。

尽管利率有所下降，但相对于权益市场，存款的安全性依然吸引了较多储户的青睞。

企业“挑”银行

“都在说今年是银行贷款最好用的一年。”山东地区一位科技企业负责人对记者表示，银行贷款的获得感明显变强了。这位负责人的企业已经属于中型企业，就在2年前，要找贷款还是很困难的，要靠社会资源、人脉关系找银行贷款，贷款期限一年，利率较基准上浮35%，并且需要有固定资产作为抵押。“2021年开始，贷款就好拿了，感受到了很明显的变化。”这位负责人说，他的企业在2021年拿到了几家银行的贷款，500万、1000万额度不等，都是一年期的信用贷款不需要抵押，利率也按照基准利率没有上浮。

从想尽办法找银行贷款，到现在可以挑选银行贷款，这位企业负责人表示，目前其接触的银行还没有在贷款利率上打“价格战”，给到的贷款产品都差不多。

2020年以来，LPR（贷款市场报价利率）的多次调降，使得银行资产端收益率持续走低，另一方面，新冠肺炎疫情的反复令经济“稳增长保就业”压力抬升，多方面政策要求银行“让利实体”，加大信贷投放力度的同时，也要降低企业信贷成本。

据央行此前公布的《中国普惠金融指标分析报告》，2020年新发放贷款金额1000万元以下的小微企业贷款平均利率为5.15%，同比下降0.81个百分点。2021年，新发放普惠小微企业贷款平均利率为4.93%，比2020年全年水平下降22个基点。

对不少银行的一线员工来说，在政策鼓励方向和商业可持续之间找到平衡，成为日常工作中必须接受的现实挑战。

北京一家股份行某支行行长对记者说起了苦恼，“感觉银行这几年，其实本身的资金都挺富裕的，放贷资金充裕，关键是价格。价格高了，那些大客户根本不要，银行投放不出去，价格低了，银行又亏。”

政策合力“降本”

2021年6月，市场利率定价自律机制将商业银行利率浮动的机制由“基准利率×倍数”，改为“基准利率+基点”。当时，有研究观点认为，调整后，对活期存款、1年以内的定期存款影响不大；对定制存款、大额存单、协议存款等会有30基点以上的调降幅度。

在此之前，监管部门对各类“高息揽储”的产品已经分别展开规范整顿。2020年，受到资管新规影响，银行保本理财收益率下降，不少银行推广与保本理财功能定位类似的“结构性存款”。当年6月，银保监会就银行机构结构性存款违规展业问题下发专项文件，要求银行科学审慎设计结构性存款，不得发行收益与实际承担风险不相匹配的结构性存款，避免银行机构盲目提升存款成本。

近两年来，央行针对普惠小微、绿色低碳、三农等领域出台了多项再贷款、专项额度等工具，引导金融机构加强对这些“不挣钱”领域的信贷投入。

但对银行来说，收益与风险是共存的。小微企业在疫情影响下生存面临太多不确定性，一位济南地区城商行支行行长表示，以前可以做贷款的贸易客户、餐饮行业客户，肯定面临了很大的难题，贷款太多，会担心未来几年不良率的问题。

中国银行研究院研究员李晔林认为，此次科技创新再贷款的支持对象以“高新技术企业”、“专精特新”中小企业、国家技术创新示范企业、制造业单项冠军企业等为主，较少涉及科创型小微企业或初创企业。这些规模较小、实力较弱的科创企业融资难度相对较大、金融需求更加复杂，银行业应积极探索适当的服务方案，通过为“毛细血管”持续“输血”，形成万众创新乘数效应，推动新动能加快成长。

兴业银行合肥分行开展“全民国家安全教育日”活动

为进一步增强全民国家安全意识，营造全民国家国家教育的浓厚氛围，兴业银行合肥分行积极开展系列宣传教育活动。

为确保2022年全民国家安全教育日宣传工作有效落实，兴业银行合肥分行高度重视，召开专题会议，集中学习了关于维护国家安全的总体要求和重要举措，深刻领会总体国家安全观的重要意义，并对开展全民国家安全教育工作进行了安排部署。要求全行干部职工进一步提高政治站位，充分认识维护国家安全的极端重要性，结合当前疫情防控形势，强化责任担当，着力突出宣传主题，提高维护国家安全的意识。

兴业银行合肥分行通过党委理论中心组学习、“三会一课”、主题党日学习等形式，组织全员学习《国家安全法》《反间谍法》及《反恐怖主义法》等有关国家安全的法律法规，引导干部员工了解和掌握国家安全知识，明确自身责任和义务，保守国家秘密，增强反恐反间谍责任意识，做守法、知法、守法的好公民，做爱国、卫国、报国的好人民，进一步提升维护国家安全的政治自觉、思想自觉和行动自觉。

兴业银行合肥分行以营业网点为主要宣传阵地，充分利用LED电子显示屏、海报机、电视屏幕、梯影等载体，循环播放宣传标语、宣传海报和国家安全宣传片，大力营造全民国家国家教育的浓厚氛围。同时向前来办理业务的客户发放《反电诈》《反洗钱》《防范和打击非法集资》系列宣传册和折页，宣传电信诈骗、洗钱风险及假币识别等相关金融知识，积极解答客户提出的有关金融消费者权益保护方面的有关问题。

此次全民国家安全教育日宣传活动取得了良好效果，切实提高了全行员工维护国家安全的责任感与使命感，进一步增强防范和抵御金融安全风险能力。

董海威

邮储银行合肥市分行推进网点服务“升温工程”行动

为深入践行“以客户为中心”的服务理念，进一步激发营业网点员工主动服务意识和工作积极性，为客户提供超预期的服务体验，打造感动客户的优质服务口碑，近期，邮储银行合肥市分行全面开展网点服务“升温工程”。

该分行大力实施企业形象改造，整洁网点内外环境，构建客户和网点员工“双满意”服务模式，培育感动服务理念，履约社会责任，倾力实现网点“环境升温、服务升温、品牌升温”，助力提升营业网点核心竞争力，努力满足客户的银行服务需求。

同时，该分行大力优化网点内外环境，重塑企业形象，实现“环境升温”，使机具、物料、流程、环境、人员管理持续改善，培育员工良好工作习惯，极大的提升了厅堂服务能力。该分行的营业网点现场业务营销宣传信息发布按照“谁发布、谁负责”的原则，网点宣传内容有规划、宣传方式有规定、宣传流程有规范，统一网点宣传渠道管理，优化厅堂服务环境，有力提升客户视觉体验。

在满足客户基本金融服务的基础上，该分行深挖客户服务需求，强化人性化服务，感动服务客户，实现“服务升温”。2022年该行网点客户服务坚持以为客户提供“更贴心、更主动、更周到、更温暖、更惊喜”的服务为目标，对客实施“感动服务”，持续全面落实暖心服务内容。同时关爱员工成长，建立健全“员工满意”工作机制，激发员工工作积极性，提升员工归属感和自豪感。

邮储银行合肥市分行积极打造优质服务特色网点，探索智慧银行体验，实现“品牌升温”。提炼服务文化，以特色品牌深化服务内涵，打造特色网点，如适老化支付服务特色网点等，提升服务品质，充分彰显邮储银行优质服务品牌形象。

韦薇