

## 财眼

银行冲刺2024年“开门红”

## 打折、抽奖、拼团 消费贷利率“卷”到3%以下

“三人成团，‘贷’来美好”“拼礼物、拼浪漫，不如拼贷款”……临近年底，为冲刺2024年“开门红”活动，银行消费贷利率营销大战越来越“卷”，除了推出利率优惠券、抽奖等活动，“拼团贷款”也重出江湖。然而机构监测数据显示，11月以来，消费贷利率虽然有所下行，但整体趋势性已不太明显，预计明年银行的贷款边际定价不会继续大幅下行。

■新快报记者 范昊怡

## “拼手速”抢低息贷款利率

12月以来，多家银行围绕降低消费贷利率推出了各种活动，有银行已出现消费贷利率低于房贷利率的产品，针对部分优质客户，能做到低于年化利率3%优惠。

近期，某国有大行推出一款现金分期贷款业务，消费者最高贷款额度为5万元，可分3期、6期、12期及24期偿还。其中，12期及24期中长期分期贷款业务的利率可给予优惠，折扣为1.8折起，折算下来，年化贷款利率最低可低至约2.97%。

走访中，另一家国有行广州网点工作人员告诉新快报记者，尽管近期消费贷利率已经卷得“没有什么空间了，正常就是3.6%–3.9%左右”，不过，如果是白名单客户的话，“应该可以降到3%以下，具体还是要看客户的资质来定”。

据了解，11月下旬，宁波银行“宁来花”曾对部分特邀客户推出借款有机会享1.1%(单利)年化利率券。12月期间，该行又针对新客推出限时秒杀2.8%固

定利率券的活动，该优惠券每天仅限量5张。不过，宁波银行客服人员表示，这类利率券释放额度非常少，低息贷款利率不容易得到，需要“拼手速”。

除限量低息利率券外，还有银行别出心裁地推出了“拼团贷款”活动，比如，紫金农商行推出的精英时贷拼团活动。海报显示，3人团办年利率3.58%，5人团办年利率3.48%，10人团办年利率3.38%，15人及以上团办年利率3.28%，该活动一直持续到2023年12月31日，不过，活动服务对象限定客群。

融360分析师刘银平表示，2024年的“开门红”营销活动有进一步提前之势，银行统筹规划下一年信贷投放安排，优化信贷机构，盘活存量金融资源，保持信贷规模稳健增长。此外，年初往往是信贷投放高峰期，提前备战能更好地锁定全年收益。

## 消费贷利率下调空间有限

在市场人士看来，今年为了冲刺开门红，部分银行通过各种优惠方式，将

贷款利率降至“冰点”来吸引客户，“内卷”程度确实有所提升。不过，尽管部分银行的贷款产品利率降至3%以下，与存款利率出现基本持平甚至倒挂，“确实比较少见”，有银行人士向记者表示，“能享受到这个优惠利率的客户还是相对较少，因此这类贷款利率并不会成为主流。”

来自融360数字科技研究院对全国性银行零售贷款产品的监测显示，2023年11月，银行无抵押经营贷、无抵押消费贷数量有所增加，其中，11月无抵押经营贷产品占零售贷款产品总量的比例为49.16%，比去年同期高3.77个百分点；无抵押消费贷产品（信用消费贷）占零售贷款产品总量的比例为21.82%，较去年同期下降1.97个百分点。

监测数据显示，2023年11月，全国性银行线上消费贷最低可执行平均利率为3.41%，环比下降1BP。国有行消费贷最低可执行利率平均水平为3.46%，环比上涨1BP，其中建设银行



“快贷”最低利率由3.5%上调至3.6%。股份制银行消费贷最低可执行利率平均水平为3.36%，环比下降4BP，股份行中浦发银行“浦闪贷”、招商银行“消费闪电贷”最低可执行利率均可以做到3%。

“各家银行的营销策略大同小异，包括直接降低利率、发放利息券、团购、抽奖等方式，最终目的都是降低贷款产品利率。不过目前消费贷利率已经降至‘白菜价’，银行盈利空间有限，通过铺量方式赚取薄利，未来进一步下调空间有限。”融360分析师刘银平表示。

专题

## 呵护新时代家庭财富成长 分红型终身寿险引领新热潮

当今，经济环境的变化快速而深刻，为财富安全、有效率的配置提出新课题。同时，随着社会老龄化形势的趋重，商业保险的作用不断凸显，成为居民长周期管理资金、应对养老的重要工具之一。

为了更好满足国民家庭的长期财富增长需求，中意人寿推出——“中意一生中意终身寿险(分红型)”（以下简称“一生中意”）产品，此款产品凭借良好的风险保障功能，一经推出即得到了市场的认可，让我们共同关注这只保险产品市场的新生。

家庭金融资产大时代  
关注配置的重要性

改革开放以来，中国经济辉煌腾飞的同时，也造就了社会造富的“中国速度”，然而走过新世纪的前二十年，受内外部因素的综合影响，经济增速放缓。

根据今年9月招商银行和贝恩公司联合发布的《2023中国私人财富报告》（以下简称《报告》），可投资资产超过一千万人民币的高净值人士的年均复合增速由2018–2020年的15%降至2020–2022年的10%。

随着赚钱越来越难，资产的配置逻辑也在发生变化，防守重于进攻。《报告》显示，近九成受访者选择“中等收益水平”或“高于储蓄收益即可”的稳健风险偏好，在境内资产配置上，现金类产品和固收类产品分别占到了高净值人士可投资额的28%和27%，累计过半。

可见，受新经济周期影响，高消费与高收入的循环正在被打破，人们追求更长线、更科学的财富管理方式。

## 一生中意横空出世 增额和分红在保险3.0时代的功能联手

结合长期稳健的家庭金融资产配置需求，中意人寿推出了“一生中意”产品。

这款产品的最大亮点，来自于它的有效保额可享受固定比例逐年复合增长，还会随着累积红利保险金额的增长

而增长，既能够享受到明确载入合同的保额复合式递增，同时还具有分红功能，可以分享到中意人寿的公司经营成果，以增额分红的方式转化为保单利益。

自今年8月起，根据国家金融监督管理总局发布的新规，保险业预定利率正式进入3.0%时代，引发的产品迭代，而分红功能注入传统的增额终身寿险，无疑令曾经的当红产品如虎添翼，保险消费热潮不减。

此外，“一生中意”更立足保障本位，为家庭成员提供坚实的风险防火墙，其指定受益人功能，有助于爱与责任的永恒延续。

整体来看，确定的保额增长、优秀的价值成长、多重的风险保障、稳定的未来规划，共同构成了该产品的优秀属性。

## 稳健经营 赋能高质量发展

随着保险3.0时代的启幕，分红险产品再次受到关注。

通过一张分红型保单，客户不仅得到了合同约定的保障，更拥有了同保险公司分享经营成果的机会，实际分红水平虽然是不确定的，但从中意人寿的经营能力来看，分红绝不仅仅是“噱头”。

## 从监管规定的重要指标上看：

截至2023年三季度末，中意人寿核心偿付能力充足率为165%，综合偿付能力充足率为221%，2023年第三季度风险综合评级（分类监管）评价为

AAA类。连续三年获得寿险公司法人机构经营评价A类评级，较高标准达到监管要求。

## 从公司经营能力上看：

中意人寿成立于2002年，是中国入世后首批获准成立的中外合资保险公司，中方股东中油资本作为中国石油集团金融业务管理的专业化公司，是A股市场持有金融牌照较为齐全的综合性金融业务上市公司；外方股东忠利保险集团，业务遍布全球50个国家，在欧洲处于行业领先地位。中方股东所属集团中石油及外方股东连续多年荣登《财富》世界500强榜单。

以坚实的公司经营为基础，中意人寿同时具备优秀的资金运用能力。中意人寿优秀的资金运营能力来源于全资子公司——中意资产管理有限公司（以下简称“中意资产”）。

中意资产成立于2013年，是首家由原中国保监会批准的合资背景保险资产管理公司。中意资产在权益、债券、非标等资产投资领域多次获得奖项。2023年，中意资产荣获《中国证券报》颁发的“保险业投资金牛进取奖”等3项大奖；2022年，中意资产荣获中国保险资产管理业协会颁发的“保险资产管理创新管理机构”等9项大奖。中意资产的资产负债管理能力，为中意人寿更好地满足客户财富管理需求提供了强有力的实力保证。

## | 后记 |

时间与财富握手  
长久丰盈 一生中意

面对新时代中国家庭的财务课题，“一生中意”产品，它融合了增额终身寿险和分红产品形态的两方面优势，旨在为大众提供多段人生规划的解决方案。

对于处于事业发展初期的年轻人，“一生中意”可以充分凸显时间沉淀价值的优势，为长远未来做积累，避免过度消费和资金挪作他用；对于事业进入平稳期、收入稳定的中年人，“一生中意”可以提供人身保障，更能成为他撑起家庭的风险防火墙，让爱与责任永续。

对于已经积累了一定财富的高净值人群，“一生中意”兼具防范风险与长远规划的功能，是当代家庭资产配置的利器之一。

这款产品将成为中意人寿顺应保险业发展大趋势、满足新时期保障和财富管理新课题需求的先声。

据了解，中意人寿还将深度洞察客户需求，不断寻找时代课题，捕捉行业热点，以优秀的产品设计和人性化的保险服务，帮助更多的中国家庭实现长久丰盈，践行“成为客户终身伙伴”使命，助力客户实现“一生中意”的美好愿望。

## | 温馨提示 |

1. 本资料仅供参考，产品责任、责任免除、退保费用与现金价值，请以产品条款、保险合同为准。

2. 保单红利是不保证的，在某些保单年度红利可能为零。本产品因红利分配增加的保险金额即为红利保险金额；若客户申请变更本合同基本保险金额，累积红利保险金额也作相应比例的变更。