

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,低息贷款利率并不容易得到,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。

为了更好地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星。

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。