

# 大额存单可线上转让成“新打法”

转让业务持续升温提升揽储吸引力

羊城晚报记者 戴曼曼 实习生 吕佳羽

作为银行的一项安全稳定、收益较高的存款类产品，大额存单一直受到稳健性投资者的青睐，也成了银行揽储利器。今年以来市场利率不断下行，而此前随着按月付息的大额存单产品“下线”，包括工商银行、交通银行、浦发银行、招商银行等在内的多家银行陆续推出大额存单线上转让功能，为未到期的大额存单提供了灵活变现的渠道，也成为银行增强揽储动力的一大重要举措。多位业内人士表示，转让业务可以帮助客户在享受长期限较高利率的同时获得这项资产的流动性，确实可以增强大额存单的竞争力，对于客户来说也有额外吸引力。

“按月付息”产品逐渐“清零”

安全稳定、收益较高，让大额存单备受部分保守型投资者的追捧，也一直被认为是各家银行揽储的利器。尤其是此前“靠档计息”和“按月付息”的方式，则让大额存单的流动性明显高于普通银行理财产品。

为维护存款市场竞争秩序，近年来监管部门对“高息存款”产品频频出手。继靠档计息产品被叫停后，今年初“周期待付”存款产品也被定调为违规产品，“按月付息”模式一去不复返。

在年初发布的《2020年第四季度中国货币政策执行报告》中，央行以专栏的形式指出，2019年以前部分金融机构为吸收存款，发行了活期存款靠档计息、定期存款提前支取靠档计息和周期付息等所谓“创新”产品。这些产品的实际利率水平明显超出同期限存款利率，且违反了定期存款提前支取按活期计息、整存整取定期存款到

期一次性还本付息等规定。“周期付息”存款产品被明确定调为“不规范存款创新产品”，被要求督促整改。

在央行发出信号后，多家银行叫停了周期付息产品。有银行业业内人士表示，除了监管窗口指导对于大额存单的操作模式有了限制之外，各家银行出于成本考量也都逐渐叫停了按月付息的大额存单产品。

值得留意的是，今年以来，市场利率整体走低的情况下，大额存单利率也在整体下跌。融360大数据研究院分析师刘银平分析指出，近两年银行业净息差水平整体收窄，很多银行通过压降高成本存款产品来降低负债成本、优化存款结构，大额存单利率整体下跌。

**大额存单线上转让仍在试水期**

虽然一直以来，大额存单被认为流动性比定期存款要好，但随着监管收紧，对于靠档计息和按月付息功能

的“下线”，在转让业务推出之前，持有大额存单的客户若需要变现资金只能通过质押或提前支取的方式，而这两种方式都会对利息造成一定的损失。

某国有银行广东省分行的一位客户经理告诉记者，目前大额存单的提前支取只能按照活期利率计息。而如果采取质押贷款来获得流动性，一般来看利率要远高于存款利率，不适合资金长期使用。

流动性变差后，大额存单能否成为揽储的流量担当？在此背景下，大额存单的线上转让业务则成为各家推广的业务新亮点。据了解，目前各大银行可转让大额存单主要通过线上渠道实现，持有人可以根据实际情况选择原价转让、折价转让或溢价转让。

以某国有银行为例，早在2020年9月就推出了线上可转让大额存单。

据介绍，当大额存单持有客户有流动性需求时，在银行平台发起转让挂单交易，自主设定转让利率，减少按传统提前支取方式带来的利息损失；有



图/视觉中国

购买需求的客户也可在网银端浏览出让方挂单信息，挂单转让的大额存单期限和产品收益率更加丰富，客户可自主决策购买。

不过值得留意的是，目前来看，支持线上转让的大额存单比例还不高，尚处于“试水”期，因而对于个人投资者多家银行转让均免收手续费。

## 线上转让或持续升温

大额存单的线上可转让有无风险？目前来看尚未引起监管的注意和发声。多位银行业业内人士则表示，从目前透露出来的模式来看并无不妥，也没有突破监管许可。

招联金融首席研究员、复旦大学金融研究院兼职研究员董希淼在接受记者采访时表示，作为一种产品创新，可以给客户在享受较高利率的同时获得这项资产的流动性，并不需要急于质疑其规范性。

某银行金融市场投研负责人告诉记者，从目前模式来看，转让后，新的存单所有人依然在限额内享有存款保险的保障。

对于银行大额存单线上转让服务的未来发展情况，多位银行一线从业人员表示，目前从实践经验来看，在利率下行等前提下，可线上转让已成“新卖点”，预计会有更多客户通过线上转让的方式增强资金流动性。

快递业价格战未熄  
单票收入低位徘徊

羊城晚报记者 林曦 实习生 莫广贵

近日，四大快递企业披露6月经营数据，发布6月份单票收入。数据显示，顺丰控股6月公司速运物流业务营业收入151.24亿元，同比增长22.71%；单票收入15.91元，同比下滑11.07%。韵达股份快递服务单票收入2.02元，同比下滑14.41%。申通快递服务单票收入2.12元，同比增长2.42%。圆通快递产品单票收入2.10元，同比下降2.99%。

## 价格战熄火？实因拐点未到

虽然单票同比大部分是下降的，不过，上述四家企业的单票收入环比有所增长。其中，顺丰控股的单票收入由5月份的15.59元上升至15.91元，韵达股份维持在2.02元，圆通速递由5月份的2.04元上升至2.10元，申通快递服务单票收入2.12元，同比增长2.42%。圆通快递产品单票收入2.10元，同比下降2.99%。

不过行业人士认为，价格战拐点并未到，由于疫情影响，可能基数比较低，单月环比的上涨还不能说明价格战熄火。

由于价格战的影响，申通业绩快报显示，上半年公司归母净利润将亏损1.4亿元至1.6亿元。申通快递高管在5月份接受机构调研时指出，预计今年的价格战还会继续持续。

## 顺丰上半年净利同比暴跌八成

7月中旬，顺丰发布上半年业绩预告，公司2021年上半年净利润在64亿元—83亿元，去年同期为37.6亿元，同比暴跌78%—83%。顺丰的股价在这大半年也是持续走低，近期都在60元/股徘徊，股价已较年初腰斩，市值已从年初最高点缩水超过2000多亿元。

今年一季度是顺丰自上市以来的首次亏损，尽管此前顺丰创始人王卫为业绩下滑道歉，并解释称是由于业务成本上升超过了预期，但如此严重的业绩下滑之后，很多投资者还是选择抛弃了顺丰。

有行业人士指出，“无纸化”“数字化”冲击顺丰商务件。“很多发票、文件采用电子化形式，对顺丰业务造成一定影响。”一位快递行业人士表示。事实上，近年来，我国出台了一系列推动发票电子化的政策。2020年是增值税普通发票全面电子化的一年，部分重点城市已经暂停申领纸质发票。预计到2023年，增值税专用发票也将实现全面电子化。

## 抢夺下沉市场冲击原有格局

近年来，快递行业单票价格持续下滑，行业快递平均单价从2007年的28.50元/件快速下滑至2020年的10.55元/件，主因在于电商快递增速较快，且竞争同质化严重，价格战成为主要竞争手段。同时，低价策略成为新玩家打开市场最有效的办法，所以就会冲击行业原有竞争格局。

以往走高端路线的顺丰也下场来争夺下沉市场电商件的生意。顺丰下沉电商件市场已经与“通达系”以及极兔速递开展直接竞争。有观点认为，顺丰的时效件产品结构正在经历从文件类到消费类主导的转变。考虑到低端电商市场价格敏感性较高的需求特征，对顺丰的成本管控能力也提出了新的挑战。

此外，寻求资本的力量也是快递巨头的策略。不久前顺丰同城已向港交所提交了招股书，中通已向港交所二次上市募资，韵达参与德邦股份定增，圆通定增，申通则加大融资力度。

## 融通基金蒋秀蕾的投资之道

据融通基金公告，融通创新动力于8月9日起发行。该基金的拟任基金经理为蒋秀蕾。蒋秀蕾具有14年证券、基金行业从业经历，现任融通基金权益投资部总经理、融通医疗保健行业基金经理，是基金业内第一代医药基金经理，也是拿过金牛奖的基金经理。

展望未来，蒋秀蕾表示：“下半年的投资机会可期，市场整体呈结构性行情，新能源概念将迎来全新成长机遇。”具体来看，蒋秀蕾长期看好医药行业，看好疫苗、医疗器械、创新药、CXO、医疗服务等细分领域的投资机会。

(杨广)

## 儿子辞职回家做榄雕 我既欣慰又担心

非物质文化遗产广州榄雕项目国家级代表性传承人——广东省工艺美术大师、广州榄雕镶嵌技艺创始人——66岁的曾昭鸿谈起已经接班的儿子曾宪鹏，满是自豪的神色。“20年前，儿子悄悄辞职回来做榄雕，我和太太都很担心，因为做传统工艺很难搵食。现在看他独当一面，又倍感欣慰，如今连我孙子也对榄雕感兴趣，我觉得自己作为传承人的责任和工作确实大有成效。每天的干劲更足了。”

### 曾经担心大于开心

羊城晚报：你是榄雕非遗代表性传承人，你是否从儿子很小时就培养他，希望他能够继承你的事业？

曾昭鸿：其实我并没有刻意培养。我和太太在当时看到做手工艺的艰辛，打开市场非常难，我们都担心儿子能否以此为生，也不敢让他继承这门手艺，直到他偷偷辞职。

那时他每天来我工作室，一开始说休假，最终瞒不住了，才说要回来做榄雕。知道的那天，我整晚失眠，怕他无法靠榄雕维持生计。但不到五年，他就能创作出榄雕作品了，我不得不佩服年轻人的勇气和学习力。就这样，我们开始父子合作，共同将榄文化发扬光大。

### 没创新就没市场何谈传承

羊城晚报：你们父子之间在榄雕的事业发展方面是否有矛盾？你如何看待传承？

曾昭鸿：如果从创作的层面来看，我比较喜欢传统的风格，我儿子喜欢传统和现代结合，一般在设计产品上我们经常会有不同看法，大家最后说不通，就各自做出来看看。这种较量其实很有意思，让我看到了年轻人的视角。

谈到传承，我想只有创新才能实现传承。因为创新能够不断适应新的市场需求，有了市场，才能做到传承。如果失去市场，传承就很难坚持下去。

榄雕后继无人的现状让我很担忧。我担心自己不坚持做的话，这门工艺就真的要失传了。现在有儿子一起来推广榄雕的文化，我感到特别欣慰。

### 要成功必须具备恒心和耐心

羊城晚报：这么难的一门手工艺，你坚持近五十年，最重要的是靠什么？

曾昭鸿：我所有的刀具都是自己打制的，第一把刀原来刀锋长达6厘米，一直用到只剩不到两厘米。“择一事终一生”，我认为一个人要想成功，必须具备恒心和耐心。所谓大道至简或许就是这个道理。我也希望我的儿子、孙子们将来无论是做什么事业，都要具备恒心和耐心。



曾昭鸿和曾宪鹏父子

## A. 当年他想学榄雕父母都反对

一个人，一方小小的案几；一把刀，一颗不盈寸的榄核；一个孩童，踮着脚尖趴在桌沿目不转睛盯着……这是曾宪鹏新创作的一幅叫做《传承》的榄雕作品，也是他童年生活的写照。“我从小就只是这样看着父亲工作，他手中的榄核，可能变成小船、人物……我会偷偷拿着当成玩具，但那时还不知道这门手艺就是榄雕。”曾宪鹏笑着告诉羊城晚报记者。

一直到中学学《核舟记》，曾宪鹏才把“榄雕”跟父亲雕刻的“小玩意”对上号了。被“核舟”的魅力折服，他重新认识了父亲的工作。

2002年，曾宪鹏从技校毕业后，主动提出拜父亲为师学习核雕。然而，包括父母在内的绝大多数长辈都反对他的想法。

“父亲最了解做榄雕有多苦，如今传统技艺式微，靠榄雕怎能生活？”曾昭鸿当年就在广州大新象牙厂的榄雕组工作，上世纪八十年

## C. 非遗“活”起来才能传下去

在曾宪鹏看来，非遗只有“活”起来，才能真正传下去。这两年，他又开始在“榄文化”上下工夫，与小凤饼省级代表性传承人联合推月饼礼盒，与恩平市级非遗——恩平裹粽合作研发了榄肉粽，还将榄叶通过蒸馏技术做成手工香皂以及香薰油，“效果挺好的，去年中秋，光是月饼礼盒，我们就卖出了几百盒。现在，他还计划在乌榄的产地发展游学项目，组织市民体验打榄、剥榄、体验雕刻等游乐项目，拉近千年非遗技艺与现代人之间的距离。

对于二代的创新，父亲持有什么样的态度？曾宪鹏告诉记者，父亲非常开明，“在创作上，他



有时会给我一些建议，在商业创新上，他全权交给了我。

## D. 做好非遗传承关键“节点”

跟很多传统手艺一样，榄雕的传承主要采用师承制，一个老师傅可能一辈子就带那么一两个徒弟，目前在广州全职从事榄雕的不足10人。曾宪鹏觉得这种形式需要改变，要扩大榄雕学习群体。

2014年起，在广州市文化馆的支持下，曾宪鹏举办了非遗技艺传承课。“过去脱产三年学习榄雕的方式已经不适合现代人的生活节奏。”曾宪鹏介绍道，自己在创新作品设计的同时，也在反思榄雕传承方式，决定采用“小班教学”方式，榄雕课程以10节课为一个周期。

曾宪鹏坦言，一开始，包括父亲在内的榄雕前辈，都对这种速成教学模式抱着怀疑的态度，但他“颠覆性”地将手持电动工具引入了榄雕学习课堂，“使用这些工具在通过一个课程的学习后，学生可以独立完成2—3件作品，获得满足感和自豪感。”

曾宪鹏还通过与教育部门的合作，将榄雕引入了海珠、越秀两区的中小学美术老师的继续教育培训班，至今已经培养了近百位中小学美术老师，海珠区实验小学自2019年就开设榄雕选修课，在艺术创作之外，如何依靠工

## B. 艺术创作和商业模式都要有新意

艺术品“吃上饭”，是摆在这个非遗二代面前必须要面临的挑战。曾宪鹏的回归，带来的最直接转变，是将创作的榄雕变“寄卖”为“自营”，把产品和渠道控制在自己手中。

“以前我父亲专注于创作，作品会直接放到陈家祠等地方寄卖，定价权不在自己手中，也没法直接跟客户对话。”2011年，在同行的建议下，曾氏父子开了第一家自己的店铺，“第一年就有了成效，后来我们先后在海珠桥头和南华东路、永庆坊开了三个新店铺，现在又在晓港公园里新落成了传承研学基地，从原来的十几平方米、四十多平方米，再到现在的一百平方米，一步步走过来啦！”

如今，走进传承研学基地，不仅能够欣赏到父子两代人各具特色的榄雕代表作，还能买到榄雕的各式作品。曾宪鹏研制了榄雕U盘、耳坠、项链、书签、香皂、香薰等不同用途的生活用品，让榄雕突破了艺术作品的界限，进入老百姓的日常生活。