

# 股份行步国有行后尘，再降存款利率

晨报记者 刘志飞

招行、浦发、光大、中信、民生、恒丰等多家股份制银行宣布，从周一一起下调部分人民币存款利率。下调幅度为5到15个基点不等，1个基点为0.01%。这也是继上周四6大银行宣布下调部分存款利率之后，首批跟进的股份制银行。业内人士预计，近日其它股份制银行以及部分农商行也会陆续加入降存款的阵营。此外，本周商业银行贷款利率下调也成了大概率事件。

从各家银行发布的公告来看，存款利率

调整后，这些股份制银行人民币活期存款年化利率为0.2%，与6大银行持平；三个月、六个月、一年、二年、三年、五年各档定期存款，除招商银行与6大银行利率保持一致之外，其他股份制银行利率均略高于6大银行。此外，与6大银行类似，各家股份制银行的三个月、六个月、一年定期存款利率均没有调整。

上周四，包括工商银行、建设银行、农业银行、中国银行、交通银行、邮储银行已在官网或者APP发布了最新的存款利率表。对比更新前的存款利率表来看，活期存款利率下调5BP至0.2%，两年期下调10BP至

2.05%，三年期、五年期均下调15BP，至2.45%、2.50%，期限越长降幅越大。

分析人士认为，商业银行本轮将存款利率下调，主要是今年的经济复苏所需。中信证券首席经济学家明明表示，经济修复过程或许并非一帆风顺，货币政策仍需保驾护航，不排除在经济内生动能回升压力较大的阶段采取进一步宽松的操作。明明认为，下调存款利率以提振经济便是其中选项之一。

华创证券银行团队指出，时隔不到1年存款利率再度下调，旨在降低银行负债成本，稳定银行息差（2023年1季度银行息差降至

1.74%的历史低点），且长端存款利率下调幅度更多（5年期利率下调15bp），旨在存款定期化背景下降低银行长端负债压力。预计后续中小银行存款利率也会陆续跟随国有大行进行同步下调。

光大证券金融业务首席分析师王一峰认为，存款“再降息”将为LPR（贷款市场报价利率）报价下调提供缓冲垫，考虑到现阶段经济下行压力进一步加大，通过降低政策利率释放“稳增长”信号必要性增强，预估央行或将通过“MLF-LPR”调整机制降低实体经济融资成本，三季度不排除择机启动MLF降息。

证监会针对基金投顾征求意见

## 基金投顾加速迈向买方时代

李锐

很显然，随着“规定”的正式推出，基金投顾业务的发展步伐正在提速。日前，来自证监会网站的信息显示，针对基金投顾业务的长远发展，证监会起草《公开募集证券投资基金投资顾问业务管理规定》（以下简称《规定》），现向社会公开征求意见。包括中欧基金董事长窦玉明、易方达基金副总裁陈彤、汇添富基金副总经理李骁、嘉实财富总经理陶荣辉等行业大咖，均在第一时间做出全面解读，普遍认为这反映了三年多的试点经验和成果，是基金投顾加速迈向买方时代的重要标志。

### 1 八大亮点

对于《规定》的主要内容，主要还是强化对“顾问”服务的监管，督促引导行业坚守“顾问”服务本源等，主要归纳为八个方面：

一是适当性要求。这次规定要求明显提高，明确要求不能以货架形式展示组合，在客户进行适当性匹配前不得展示组合的业绩；

二是业绩展示。不仅要展示收益，还要同时展示波动和最大回撤，这对于客户会有一个较为全面的风险认知；

三是投向范围。这次规定投向范围放宽到私募产品，因为私募里有些策略，比如宏观对冲、CTA、量化指增等，这些是公募产品目前做不到的。不过，配置比例做了限制，单一产品不能超过5%，通过FOF的形式还要

穿透。

四是封闭期。允许基金投顾机构发行具有封闭期特性的策略组合，前提是客户认可且预期匹配；

五是利益冲突。只要基金投顾机构兼营基金投顾业务的，那么销售相关的收入都需要抵扣，以避免潜在的利益冲突；

六是作业模式基本未变。

七是线下队伍。这一点主要对于券商来说的，因为是其兼营的多个业务之一，难免存在多个角色之间的转换；

八是养老投顾。基金投顾不仅可以服务客户当下的钱，还能服务未来退休后的钱，这个需要进一步规定细化。

### 2 四大基金解读

对此，包括易方达基金、中欧基金、汇添富基金、嘉实财富等纷纷进行了解读。

易方达基金副总裁陈彤认为，基金投顾业务管理规定征求意见稿的发布，充分反映了三年多的试点经验和成果。未来投顾业务试点

转常规，相信在监管的指引下，买方投顾业务将为切实提升投资者获得感、推动公募基金的高质量发展贡献力量。

中欧基金董事长窦玉明表示，《规定》的推出，是我国基金投顾加速迈向买方时代的重要标志，并为未来行业的高质量发展打下更加坚实的基础。基金投顾的“投”与“顾”是不可分割的一体两面。窦玉明指出，本次《规定》不仅进一步完善了对投资环节的监管要求，更强调了基金投顾业务“服务”的本质。

汇添富基金副总经理、投顾业务负责人李骁认为，意见稿从诸多方面重新理清了投顾发展中遇到的一些亟待解决的问题，为投顾业务的提供法律法规方面的充分保障，引导投顾机构和各方参与参与主体更加清晰地认识到投顾业务的本质是投资加顾问服务，以改变目前重投轻顾的现状。

同样，嘉实财富总经理陶荣辉指出，征求意见稿总结了2019年以来基金投顾试点工作的经验成果，完善了基金投顾业务具体规范和监管细则，标志着基金理财买方时代的到来。

惠民生 促消费

## 建设银行第三届“龙卡信用卡66节”启动

活动全面升级，影响力进一步扩大

“龙卡信用卡66节”是建行信用卡自2021年起每年6月固定举办的品牌购物节，今年已是第三届。从2021年的活动开展1天，到如今活动持续整个6月，“66”节已成为建行信用卡的年度消费“狂欢节”，也是建行信用卡促消费、惠民生的有力抓手。

“66节”的“普惠”基因自2021年首届活动起即一以贯之。据介绍，今年的“66节”活动依然大部分没有设置消费门槛，无论消费多少金额，客户都可以享受6.6折优惠。活动覆盖餐饮美食、时尚购物、商旅出行、生活服务等日常主要消费领域。同时，活动商户类型在电商平台和移动支付方面进一步扩大，并新增更多受到客户喜爱的品牌，商户数量也较往年增加，覆盖面更广。

具体来看，此次活动包括京东商城/京东到家、美团、叮咚买菜、永辉、罗森、全家、麦当劳、肯德基、瑞幸咖啡、喜茶、来伊份、携程等十余家商户支付6.6折及满减活动，还引入了“龙卡信用卡618加分计划”活动，以及与电商618购物节相配合的头部企业商户分期满减等优惠。据悉，今年的分期类商户还新增覆盖旅游、家居、潮牌领域。与往年相比，今年“66”节活动的多样性和参与性进一步提升，“人人可参与”的购物节氛围更加浓厚。

特别值得注意的是，在线下，为进一步促

6月1日，一年一度的建设银行“龙卡信用卡66节”活动如期启动。作为专属于建行信用卡持卡人的年度购物节，今年“66节”活动商户类型及数量更多，内容形式更丰富，覆盖范围更广，进一步以惠民福利释放消费潜力，促进消费提质升级。

进全国各地居民消费，建行还以“商圈”为核心，围绕各地商业综合体的百货购物、商超便利、餐饮美食等业态，通过统一主题、统一形象，在辽宁、山东、河南、上海、浙江、江苏、安徽、湖北、湖南、四川、贵州、广东等地，结合本地特色商户开展丰富多样的属地化活动，通过加大满减立减优惠力度，在全国各地强化“66节”氛围。在比斯特上海购物村、江苏金鹰百货，消费者可享受满600元减166元等优惠；在万象城全国40余家门店可参加线下满减最高减166元、线上购券满366元减66元活动；在湖北，建行打造茶饮节、百货购物节、商圈美食节等活动；在厦门，还有热门连锁商超山姆会员满额立减；在湖南，则有商圈购物、餐饮亲子、轻食超市满减最高减266元……一系列活动围绕“6”这一主题向全国各地、多个消费领域延展，活动内容丰富亮点纷呈，充分体现了建行信用卡为客户打造精彩用卡体验的初衷。

普惠居民生活，力促消费潜力释放

消费是内需的重要组成部分，促进居民消费是扩大内需的重要抓手。信用卡作为鼓励消费、促进市场活跃的重要工具，在扩大内需中扮演着重要角色。“66

节”是建行“龙卡信用卡 优惠666”品牌的落地与延伸。2021年以来，建行信用卡以“优惠666”为统一品牌，围绕餐饮美食、时尚购物、娱乐休闲、商旅出行、生活服务等客户日常消费领域开展多种用卡活动，服务客户美好生活需求，持续释放消费潜力。

在“龙卡信用卡 优惠666”主题品牌及“66节”的加持下，建行信用卡以“6”为活动核心元素的用卡活动既打造了浓厚的“购物节”氛围，也在消费者心中加深了“好用、爱用、想用”的口碑。2021年的首届“66节”，活动开展一天即有约4万人次参与。2022年“66节”参与人数则达30万人次，“66节”知名度和影响力显著提升。

今年“五一”，居民消费潜能得到进一步释放，建行信用卡紧扣“五一”假期消费热点，围绕旅游出行、餐饮、购物等细分领域，与携程、京东、美团、肯德基、全家等多家头部商户合作开展多样化营销活动，全国各地分行结合当地热点商圈开展购物节主题营销。同时，紧抓出入境放开、境外旅游回暖复苏契机，建行信用卡为出境客户提供8%返现优惠，更好地满足客户出境消费需求，驱动假期消费增长。

践行金融使命，服务国家战略。建行始终将助力消费提振、服务内需增

长作为重要任务，致力于将优惠便捷的金融服务送至更多消费场景中。据建行年报显示，2022年，建行信用卡全年总消费交易额2.92万亿元，贷款余额9,248.73亿元，贷款余额、分期付款余额居同业第一。

服务实体民生，美好生活“666”

党的二十大报告强调，要着力扩大内需，增强消费对经济发展的基础性作用，坚持把发展经济的着力点放在实体经济上。聚焦服务国家消费转型升级和人民美好生活需求，建行信用卡充分发挥国有大行在消费金融领域的主力军和压舱石作用，在做好“优惠666”品牌系列活动的同时，不断以新金融理念创新产品体系和服务功能，拓展业务场景，积极推进信用卡数字化特色功能研发和建设，在支付方式、智能客服等多个领域不断创新，为消费者带去更好的服务体验。

建行信用卡中心相关负责人表示，建行信用卡将持续深入贯彻党和国家重大战略部署，进一步发挥信用卡扩内需、促消费、提振经济发展的作用，深耕消费生态场景建设，将“优惠666”品牌活动深度融入信用卡全生命周期、全流程环节，加强与头部商户及优质属地化商户合作，巩固消费金融领先优势，扎实服务实体经济和居民美好生活。（文力）