

央行等六部门规范供应链金融业务

引导供应链信息服务机构更好服务中小企业融资

■本报记者 刘琪

2月6日，为强化供应链金融业务规范管理，提升金融服务实体经济质效，中国人民银行会同金融监管总局、最高人民法院、国家发展改革委、商务部、市场监管总局起草了《关于规范供应链金融业务引导供应链信息服务机构更好服务中小企业融资有关事宜的通知》（征求意见稿）（以下简称《通知》），现向社会公开征求意见，意见反馈截止时间为2025年3月8日。

《通知》共21条，主要内容包

括：明确供应链金融发展内涵方向、保障中小企业权益。《通知》要求，发展供应链金融应以服务实体经济、服务社会民生、服务国家战略为出发点。商业银行要发展多样化的供应链金融模式，支持供应链上中小企业开展信用贷款及订单贷款、存货贷款、仓单质押贷款

等动产和权利质押融资业务，推动供应链票据扩大应用。供应链核心企业要及时支付中小企业款项，不得利用优势地位拖欠中小企业账款，或不当增加中小企业应收账款。供应链信息服务机构要坚持信息服务的本职定位，不得直接或间接归集资金，未依法获得许可不得开展金融业务，杜绝信息中介异化为信用中介。

规范商业银行供应链金融管理、有效防范业务风险。《通知》要求，商业银行一要完善供应链金融信用风险管理，严格控制核心企业风险敞口，严防对核心企业多头授信、过度授信以及利用供应链金融业务加剧上下游账款拖欠；二要严格履行贷款调查、风险评估、授信管理、贷款资金监测等主体责任，不得将关键管理环节外包；三要规范供应链金融业务合作管理，定期评估合作供应链信息服务机构情况，对于存在违法违规归集资

金、提供虚假客户资料或数据信息等情况的，应限制或拒绝合作；四要强化供应链金融信息数据管理，完整获取身份验证、贷前调查、风险评估和贷后管理所需信息数据，加强对借款人信息的保护。

明确应收账款电子凭证规范管理基本框架。一是强化贸易背景真实性管理。《通知》要求，应收账款电子凭证的开立、转让应具备真实贸易背景。商业银行开展相关融资业务应严格审核贸易背景材料，有效识别和防范套取银行资金和无贸易背景的资金交易行为。供应链信息服务机构应对凭证转让层级、笔数进行合理管控，对异常的拆分转让行为及时提示风险核查和提示报告。

二是加强中小企业账款及时支付。为加强对中小企业付款保障，防止利用应收账款拉长账期，《通知》要求，应收账款电子凭证付款期限原则上应在6个月以内，最长

不超过1年。付款期限超过6个月的，商业银行应对账期合理性和行业结算惯例加强审查，审慎开展融资业务。

三是有效防范核心企业信用风险。《通知》要求，应收账款电子凭证融资应在中国人民银行征信中心动产融资统一登记公示系统进行担保登记。应收账款债务人到期未按约定付款，或存在发行债券违约、承兑票据持续逾期等情形的，供应链信息服务机构应及时停止为其新开立应收账款电子凭证提供服务。建立有关业务信息归集、查询、风险监测等机制，便于各方有效掌握识别核心企业风险情况。

四是强化清结算业务资金安全。《通知》提出，应收账款电子凭证的资金清结算应通过商业银行等具备相关业务资质的机构开展，不得以供应链信息服务机构自身账户作为应收账款电子凭证业务的资金结算账户，不得占用、挪用

相关资金。商业银行要采取必要措施核验资金清分信息，并根据应收账款电子凭证开立人的支付指令或授权划转资金。

五是建立多层次风险监测及管理体系。《通知》提出，中国人民银行、金融监管总局依照通知及法定职责，对应收账款电子凭证业务实施监督管理，并加强与相关部门的政策协同和信息共享，指导有关供应链金融行业自律组织即中国互联网金融协会对供应链信息服务机构和应收账款电子凭证业务开展自律管理；指导上海票据交易所组织应收账款电子凭证业务信息归集，开展统计监测分析。

六是保障市场机构平稳过渡。《通知》提出，关于应收账款电子凭证业务的相关规定，自发布之日起设置两年过渡期。过渡期内，各参与主体应积极做好业务整改；过渡期满后，各参与主体应严格按照通知要求加强业务规范。

抢抓黄金销售旺季机遇
商家、银行花式营销揽客

■本报记者 彭妍

每年春节前后都是黄金制品的销售旺季。今年春节假期期间，国际金价节节攀升，伦敦现货黄金、COMEX黄金期货纷纷突破2800美元/盎司大关。在国际金价震荡上行的背景下，黄金消费、投资也迎来旺季。多家品牌金店纷纷推出了促销活动，克重满减、消费返利等促销手段层出不穷。与此同时，多家银行抢抓黄金销售旺季的营销契机推广黄金相关产品，亦有银行赠送金条或金豆揽客。业内人士提醒消费者，今年以来，金价持续走强。2025年金价波动可能加大，购买黄金产品需理性。

金店促销活动多样

记者近日走访了多家黄金销售门店发现，周大福、周大生、老庙黄金等多家品牌金店的黄金足金饰品价格均突破800元/克。为了吸引消费者，各大品牌金店纷纷推出各种促销活动。“截至2月5日，周大福黄金足金饰品价格为863元/克，投资黄金类商品价格为757元/克。”周大福一家门店销售人员对记者表示，以当日金价为主，购买黄金20克以下每克减25元，20克以上每克减40元，活动持续至2月16日。

除了推出购金优惠活动之外，这家门店还推出了以旧换新福利，消费者可以将自己家中闲置的旧黄金饰品拿到门店，按照当日金价折算成相应金额，用于购买新的黄金产品，并且无需支付额外的折旧费。“当日购黄金、铂金、钻石、珠宝以及礼品类商品单张单品有满2000元返30元的优惠券，黄金饰品的工费现在有八折的优惠，当日购现货类投资金条单张单品克重满300克及以上赠2025年3克的吉祥银钱。”北京菜百商场的销售人员告诉记者。

银行趁势营销揽客

金价节节攀升，多家银行抢抓黄金营销期，推出了黄金产品和促销活动，以吸引顾客。

近段时间以来，工商银行、建设银行、中国银行等多家国有大行均上新了“2025年蛇年金钞”“黄金压岁钱”等特色产品，主要形式是将黄金制成压岁钞、红包信封等形式，售价在数百元至千元不等。

据“工银e生活”官方微信公众号显示，工商银行推出“黄金年货节”活动，时间为1月1日至2月12日，活动期间，通过工行手机银行购买该行指定贵金属产品即有机会享最高达400元的微信立减金。

邮储银行同样推出贵金属活动，在1月15日至3月31日的指定交易时段内，通过邮储银行手机银行、网点柜面等渠道购买指定邮储金投资金条，每克可立减4元。

除直接推广黄金产品外，亦有银行赠送金条或金豆揽客。例如，常熟银行推出买车送黄金活动，3月31日前，购买汽车办理该行大额分期的客户，分期本金大于10万元(含)的，前100位可获得金条或金豆。

此外，银行黄金积存业务不断升温。2025年开年，多家银行及分支机构都对黄金积存业务开展营销活动。浙商银行某支行工作人员表示，该行现在认购积存金没有手续费，但在赎回时会收取一定的手续费，赎回手续费按赎回金额的0.3%收取，对比其他银行更加优惠。

1月3日至3月31日，工商银行福建省分行针对福建地区(除厦门外)成功办理“积存金”“如意金积存”主动积存1克(含)以上的个人客户推出了福利活动。在活动期间，可通过完成指定任务赢取抽奖机会(每个任务只能获取1次抽奖机会)，累计最高抽50元立减金。

宜宾银行股权流拍
或因拍卖价缺乏吸引力

■本报记者 熊悦

在港股上市不久的宜宾市商业银行股份有限公司(以下简称“宜宾银行”)遭遇股权流拍。阿里拍卖平台显示，近日，湖北省武汉市中级人民法院拍卖的宜宾银行3.5183%股权，围观次数超过2700次，因无人出价而宣告流拍。

根据公开信息，上述股权持有人为成都西南石材城有限公司，位列宜宾银行股东的前十名，持股数量约为1.37亿股，目前处于一年禁售期。按照3.69亿元的起拍价粗略计算，该笔股权每股为2.69元，高于2月6日宜宾银行的收盘价2.59港元/股。Wind资讯数据显示，截至2月6日收盘，宜宾银行的市盈率为23倍，显著高于其他港股上市银行的平均水平。

受访专家认为，宜宾银行的市盈率远超A股和H股上市银行的平均水平，同时股权拍卖价格也较当前股价更高，因此定价缺乏吸引力，或为股权流拍的主要原因。

今年1月13日在香港联交所主板挂牌上市的宜宾银行是一家颇具地域特色的城商行。该行的金融服务与四川省和宜宾市当地特色的白酒产业、动力电池产业等紧密结合。

招股书显示，截至2024年6月30日，该行资产规模达到1001.93亿元，不良贷款率为1.72%，较2023年末下降0.04个百分点。

“整体而言，目前中小银行股权拍卖市场遇冷，市场观望情绪浓厚，投资者也希望以更低的价格竞得标的。”南开大学金融发展研究院院长田利辉表示。2月6日，阿里拍卖平台的客服人员告诉《证券日报》记者，司法拍卖的程序一般为一拍、二拍、变卖。“宜宾银行股权流拍后是否会继续拍卖由法院决定，若法院裁定继续执行，一般在30天内在同一网络司法拍卖平台再次拍卖。”

“宜宾银行等城商行需要进一步增强盈利能力和市场竞争力，通过完善公司治理结构，加强市值管理，推动数字化转型，寻求优质战略投资者合作等方式，提升自身实力和治理水平，进而吸引投资者的关注和青睐，打破股权拍卖遇冷的现状，实现可持续发展。”田利辉表示。

银行纷纷启动首季“开门红”活动
贷款项目储备充足投放良好

■本报记者 杨洁

起步即冲刺，开年即开跑。对于商业银行而言，“开门红”意味着新一年贷款业务的全面展开，是一年的“重头戏”。

近期，多家银行启动了2025年首季“开门红”活动，立足“早谋划、早部署、早行动”工作思路，谋求在各项工作上提质、提效、提速、提标，实现良好开局。

2月5日上午，兴业银行哈尔滨分行召开一季度“开门红”业务推动会，为完成全年任务开好局、起好步。会议提到，要行稳致远，全力打好“三大战役”，把负债攻坚战、效益保卫战、客户持久战作为中心任务；要服务实体经济，加大贷款投放，紧跟政策导向，紧抓重点指标，聚焦重点领域，强化科技赋能。

面对资金流最密集、最活跃、最繁忙的业务旺季，瑞丰银行聚焦企业民生需求，开展2025“走千访万”劳动竞赛活动，奋力迎接“开门红”。瑞丰银行党委书记、董事长吴智晖在劳动竞赛推进会上强调，全行上下要咬定既定目标，树立必胜信心，昂扬激情斗志，全力以赴打好劳动竞赛“必赢之战”。

为给2025年信贷投放奠定良好基础，南京银行自2024年四季度起便扎实推进2025年旺季项目储备工作。近期，南京银行在接待机构投资者调研时表示，截至目前，该行2025年旺季信贷投放情况良好，对公贷款和零售贷款



近期，多家银行启动了2025年首季“开门红”活动，谋求在各项工作上提质、提效、提速、提标，实现良好开局

增量均优于去年同期，为全年信贷规模的稳健增长和既定投放计划的顺利完成开了好头。

得益于较早启动旺季“开门红”相关准备工作，苏州银行和齐鲁银行的项目储备规模均超过去年同期水平。对于下一步工作，苏州银行表示，将继续全力推进项目落地，积极拓展市场份额，力争实现早投放、早收益，为全年信贷规模的稳健增长提供有效支撑。齐鲁银行表示，将持续聚焦科创、绿色、普惠、消费等领域，做好前期对接准备工作。同时，打造“线上+线下”多渠道整合营销方式，全面宣介“开门红”优惠

衡稳定增长。杭州银行对公条线信贷储备较为充足，从投放的客户结构来看，国有企业仍是该行的重点客户之一，同时该行也在积极提升实体经济、制造业、科创企业的客户数量和覆盖率。

除了早谋划细部署外，许多银行都强化宣传做好营销。山西忻州农商银行抢抓春节、元宵节前后客户流、信息流、资金流营销黄金期，提前做好梳理存量客户台账，做好前期对接准备工作。同时，打造“线上+线下”多渠道整合营销方式，全面宣介“开门红”优惠

活动。在与多家银行交流“开门红”信贷投放情况后，研究机构人士也作出相关预判。中金公司研报提到，预计2025年1月份，信贷“开门红”新增贷款规模约4.5万亿元，相比去年同期略降，但单月信贷新增规模有望排在历史前三位；预计新增社融规模6.7万亿元，略高于2024年同期的6.5万亿元，余额增速约8.0%。

华源证券固收首席分析师廖志明预测，2025年1月份，新增贷款4.65万亿元，社融6.5万亿元，华创证券在年度策略报告中

对于2025年全年信贷投放的判断是，增量和2024年基本保持一致，即增量在18万亿元至19万亿元，并且全年投放节奏倾向于4:3:2:1的季度投放节奏。

华创证券金融业务研究主管、首席分析师徐康及其团队表示：“从我们年初的调研反馈看，大部分银行对于全年投放安排跟市场预期的一致，股份行增量安排会略多于去年同期，考虑后续化债政策仍会持续落地，且实体需求仍在弱复苏的缓慢进程中，我们对全年行业信贷投放仍维持此前判断。”

多家银行发布“开工理财”投资攻略

重点聚焦于理财和银保产品

■本报记者 彭妍

春节假期结束后，多家银行开启新一轮产品营销工作，同时发布“开工理财”投资攻略，将营销重点聚焦于理财和银保产品。其中，理财产品方面，大多为低波动、稳健型产品；银保产品方面，增额终身寿险、年金险等产品仍是理财经理主推的产品类别。

苏商银行高级研究员杜娟对《证券日报》记者表示，节后，客户手中持有一定活期资金，包括奖金、红包等，需要寻求理财通道。在存款利率下行背景下，选择理财、保险产品的可能性更高，银行及理财子公司可借此机会拓展客户。另外，春节前后也是银行发力“开门红”的重要节点，财富管理部门在年初获取理财资金、用户后，可以在未来持续做客户运营，提升客户价值。

稳健型策略仍是主流

银行理财市场随着节后复工

再度升温。近日，包括工银理财、建信理财、民生理财、平安理财在内的多家理财子公司，顺势推出开工理财产品。

从产品类型来看，主要集中在“稳健型”的R1、R2类风险产品。从产品期限来看，7日至3年封闭期均有，但主要集中在半年期以上，主投债权类资产票息打底以及存款类产品。

例如，工银理财推出多款开工理财产品，主要包括活钱产品、中短期理财产品、长期理财产品，不同的产品在流动性、投资期限、风险评级和收益表现上各有特点，满足不同投资者的需求。其中，一款工银理财核心优选14天持盈固定收益类开放式理财产品风险评级为PR2，起购金额为1元。该产品为固定收益类产品，通过14天的锁定期平衡流动性和收益。

民生理财同样推出了一系列以低波动、稳健型为主的“开工有好理”产品，多数产品风险较低，

涵盖现金类、封闭类、固收等多种类型，期限从1天到1090天不等。活钱现金类产品能满足高流动性需求；封闭类产品可锁定收益；持有类产品兼顾灵活与收益；稳健固收类产品以债投资为主，收益表现较为稳定。

中国银行研究院研究员杜阳对《证券日报》记者表示，春节假期结束后，银行之所以推出新一轮理财产品和营销策略，主要有以下几个原因：一是节后理财需求增长。春节假期结束后，部分投资者会重新进行资产配置，理财和储蓄的需求上升。银行抓住这一有利市场环境，推出新的理财产品，吸引顾客进行财富管理。二是市场竞争加剧。理财产品同质化问题导致市场竞争激烈程度显著提升，各家银行更加注重新特色理财产品的推出，以期在开工季迅速抢占市场。

三是稳定回报产品热度回暖。投资者更加倾向于选择低波动、稳健型的理财产品来实现资产

保值增值目的。

银保产品热度不减

《证券日报》记者走访银行网点发现，除了低波动、稳健型理财产品外，不少理财经理首推增额终身寿险和年金保险。

“如果投资者追求长期稳定的收益，我们其实更推荐保险产品。”某股份行理财经理对记者表示，尽管增额终身寿险的预定利率由3%已经降至2.5%，但是在当前环境下购买仍然是一个明智的选择。增额终身寿险最大的优势是可提前锁定收益，即使未来市场利率继续下行，目前已购买的产品预定利率不会变。增额终身寿险持有时间越长收益越高。

“无论是孩子的教育、家庭的品质生活，还是未来的养老规划，我们都比较推荐年金保险产品。”另一家股份制银行的理财经理对记者表示，年金保险产品的特色在于其确定性与长期性，能够锁