

金融深一度

# 在小红书“种草”:银行定义零售业务圈粉“新逻辑”

■本报记者 李冰熊 悦

“用利息生活”的梦想还是要有的,万一实现了呢?当下年轻人在跟钱相关的事情上不光是嘴上说说,笔记晒晒,在行动上也做到了该干嘛干嘛,该花花。

遇事不决小红书。小红书作为兼具“种草”与“强搜索”属性的社交媒体App,已成为很多用户消费决策前做攻略的重要参考之一。泼天流量之下,各大商业银行纷纷借此商机而来。

2025年以来,银行、券商、基金、保险等金融机构开始规模化入驻小红书。截至目前,各类金融机构已开设超200个官方账号,各银行总行、业务部门或分支机构开设的官方账号也超过60个。越来越多不同类型的金融机构在小红书开设账号,这俨然成为其争夺流量入口的一个缩影。

记者观察到,当前明显的趋势是,国有大行、全国性股份制银行、城商行以及部分农商行等银行的官方账号相继入驻各类社交媒体平台,覆盖了小红书、抖音、B站、快手等。银行对社交媒体平台流量分配机制的探索也由浅入深,金融产品网络营销的“数字化博弈”与“生态重构”已然开启。

由此可见,品牌年轻化已不只是流行词,而是银行零售业态为适应市场环境、在新时代命题下的升级进阶。这一场以年轻人为主体的品牌营销进阶,不仅是金融行业的自我进阶,更是一场关于未来市场份额的争夺战。当然,流量入口并非限定于小红书,而是有更多的“小红们”待银行挖掘、布局……如何“入圈”、如何“共鸣”,成为其有待破解的命题。

## “竞技”小红书 年轻人的“情绪搭子”?

移动新媒体的发展对新零售的获客逻辑造成冲击,这也正在改变银行的营销方式。缺人、缺创意、短视频更新速度不够快……不止一家银行表达出对社交媒体平台账号运营的焦虑情绪。

“我现在每天都要刷一遍小红书。”华东地区某城商行零售部门的管理层人士对《证券日报》记者说,部门正在持续探索小红书账号的运营。

小红书财经与蚂蚁财富联合推出的《2024年轻人十大理财趋势盘点》显示,2024年,小红书上“存钱”相关的笔记阅读量达到83亿,2000多万“00后”通过余额宝定期转账来存钱,有超过500万人在小红书上讨论用利息覆盖部分生活成本,以期实现“用利息生活”。平台流量意味着庞大的潜在客群,因此自然吸引银行纷纷进驻、探索,试图用这种方式与更多客群建立起新的关系。

华东地区某城商行相关人士告诉《证券日报》记者,目前该行小红书账号的运营主要由零售部

负责。

从粉丝数这一指标来看,头部全国性股份制银行和部分城商行的账号运营效果较为突出。经梳理,小红书上粉丝数过万的银行机构账号共有29个,全国性股份制银行、城商行、民营银行表现较为亮眼。

具体来看,截至5月7日,招商银行(47.8万)排在首位,中信银行信用卡(12.6万)排名第二,光大银行信用卡(9.3万)和宁波银行(9.3万)排名并列第三。

6家国有大行的小红书官方账号圈粉数量略逊一筹。仅交通银行信用卡买单吧、中国银行北京市分行、中国银行广东分行、中国银行App、中国农业银行信用卡5个账号粉丝量过万。

记者长期观察多家银行机构账号运营情况发现,粉丝数量排名靠前的银行机构账号借助年轻化的品牌形象开展内容运营,更像是年轻人的“情绪搭子”。

从运营策略上看,银行通常以卡通或者二次元的形象活跃于小红书平台,发布的内容十分接地气,并时常发挥“钞能力”,推出各类福利抽奖活动来获客、活客。例如,招商银行打造了“小招喵”的形象,在其官方账号发布了小招喵日常热更、喵豆时装周、金葵花灵感Look、招财元气美食、喵喵解压馆以及宠粉TIME等多个栏目。

从运营结构来看,银行在小红书平台运营策略并非单打独斗,而是已初步搭建起账号矩阵。其中最为典型的是宁波银行,该行旗下共有4个官方账号(不包括分支行账号),且分别对应宁波银行不同的零售业务板块,内容定位和风格也有所差别。

除较为常规的运营策略外,也有银行账号对于平台玩法的探索,更超前。比如江苏银行联手音乐节,在江苏银行App开通音乐节购票通道,并在小红书官方账号上发布江苏银行App购票福利及指南,吸引粉丝群体。

“银行抢滩小红书背后的逻辑在于,小红书用户以年轻高消费用户群体为主。易观千帆数据显示,小红书平台35岁以下用户占比超八成,且24岁以下用户占比达44.74%,与银行等金融机构重点发展的潜力目标客群一致。”易观千帆银行咨询专家王玺表示,银行通过入驻小红书平台可建立年轻化的品牌形象,吸引潜在客户,同时可通过“种草”文化提升品牌认知,塑造有温度、个性化的金融服务形象,助力其在数字化营销时代实现业务增长和品牌提升。

“银行等金融机构积极布局小红书的核心原因在于抓住年轻用户群体的注意力,进而形成消费决策。对于银行而言,小红书平台运营的目标不仅仅是品牌曝光,更是希望将流量转化为实际业务。例如,通过信用卡优惠、消费贷活动等吸引用户注册或申请产品,同时以‘软性投教’建立专业信任感,为



后理财、信贷等业务线下转化线索。”苏商银行特约研究员薛洪言对《证券日报》记者说。

## “攻坚”小红书 银行业营销焦虑?

记者通过深入调查发现,银行入驻小红书这类社交媒体平台的行为,也折射出当前银行的业务焦虑。

随着净息差的收窄,近年来各家银行愈发重视通过提升中间业务来改善业绩。2024年A股上市银行年报显示,代销业务普遍承压,手续费及佣金收入持续下滑。Wind数据显示,2024年,A股42家上市银行的手续费及佣金净收入合计为686.23亿元,同比下滑9.38%。其中30家银行的手续费及佣金净收入同比下降,占比超七成。

在此背景下,银行不得不深挖增长点,以小红书为代表的社交媒体平台便成为银行的营销新阵地。

记者注意到,对于诸多银行机构而言,小红书不仅仅是一个简单的社交媒体平台,更是金融知识和品牌形象宣传平台,并作为新媒体渠道矩阵的“正规军”,被写入银行财报或可持续发展报告中。

例如,中信银行在2024年年度报告中提到,该行建立新媒体渠道矩阵,在B站和小红书平台开设官方账号“中信银行青年”,持续传播青年服务理念。重庆银行在2024年年度报告中提到,该行通过微信公众号、小红书、抖音线上官方平台,发布“金融教育宣传月”“渝小喵捉妖记”等系列主题宣传。

中国银行研究院研究员吴丹对《证券日报》记者表示,在数字化

时代“用户注意力即商业机会”的底层逻辑和“流量即客源”的运营思维之下,银行等金融机构加速布局小红书平台,抓住流量红利和抢占年轻化市场阵地,发布包括宣传理财攻略、信用卡优惠等生活化内容吸引潜在用户,并用轻松易懂的方式降低用户心理门槛。

“金融机构攻坚流量平台入口,一是因为用户消费决策链路已转向线上社区。二是成本经营考虑。传统互联网平台流量成本高,而小红书作为新兴平台,因其‘反漏斗’算法(核心用户带动传播)和年轻化生态,助力银行以更低成本触达目标用户。三是寻找新的增长点。银行等金融机构抢先布局存在较大的流量获取机会,进而为营销解压。”王玺说。

从实际落地效果来看,已有银行实现从流量到业务的转化。某城商行理财客户经理对《证券日报》记者表示:“通过小红书实现了较为可观的业务‘转化率’,曾经一个月获客80名。”

“对银行来说,在小红书平台开展内容运营,关键在于构建完整的转化链路,实现‘内容种草—需求唤醒—业务转化’的营销闭环。通过在小红书平台上的高频互动,逐渐培养起Z世代(1995年至2009年出生的人群)客群的用户信任,最终将平台公域流量转化为金融私域业务。”吴丹认为。

## “开拓”小红书 如何合规争夺流量?

金融机构集体涌入小红书平台开展网络营销等业务活动究竟是顺势而为,还是一场冒险之旅?其中又潜藏着怎样的发展机遇与未知隐忧?

记者注意到,此前曾有银行机构被仿冒官方账号。2025年2月27日,大华银行(中国)有限公司发布关于小红书平台出现“大华银行上海分行”等虚假账户的郑重声明。

为规范金融产品网络营销活动,监管层面也有相关政策出台。2021年12月31日,中国人民银行等七部门发布《金融产品网络营销管理办法(征求意见稿)》,其中提到,要求金融机构对网络营销宣传内容的合法合规性负责,建立审核工作机制。开展金融产品网络营销时要分区展示各类金融产品,不得进行骚扰性营销和嵌套销售。另外,明确精准营销、直播等新型营销、组合销售的基本行为规范。

金融机构如何合规推动互联网平台营销等相关业务?对此,王玺建议,首先是把握运营节奏;其次是技术赋能;最后是注重生态协同运营。

在吴丹看来,银行等金融机构布局小红书平台需注意三大核心问题:首先,合规风险防控是重中之重。例如,银行等金融机构应设立专门的内容合规审核团队,确保每一条发布内容符合金融广告监管要求,同时涉及上市银行重要信息的还应注重信息披露监管要求。其次,内容创新与差异化定位是关键突破点。当前平台金融内容同质化严重,机构需注重结合热点着力打造差异化IP,避免千篇一律。最后,用户数据安全保护不容忽视。在互动过程中,必须建立完善的信息保护机制。建议银行等金融机构配置专业的数字风控系统,对潜在的数据泄露风险进行实时监测和预警,并对运营人员进行定期的数据安全培训。

# 创新药赛道景气度有望延续

——专访永赢医药创新智选基金经理单林

■本报记者 昌校宇

今年以来,A股医药板块走出显著的结构行情,其中创新药细分领域表现尤为亮眼。在这一轮行情中,永赢医药创新智选混合型发起式证券投资基金(以下简称“永赢医药创新智选”)业绩表现抢眼。Wind资讯数据显示,截至4月30日,该基金年内收益率达46.23%,在同类医药主题基金中位居前列。

在接受《证券日报》记者专访时,该基金经理单林从宏观政策、行业趋势、投资策略等维度,详细解读了创新药赛道的投资机会与未来潜力。

## 动态构建投资组合

在政策推动与行业发展共同作用下,创新药迎来黄金发展期。据单林介绍,永赢医药创新智选业绩领先的核心原因在于准确把握了医

药行业创新转型的拐点。

他说:“自2018年国家药品集中采购实施以来,仿制药企业的利润空间被大幅压缩,创新成为国内医药企业的必选项。在集采初期和中期,药企面临创新转型的高投入与仿制药收入下滑的双重压力。如今,创新转型已趋于成熟,越来越多的药企已卸下历史包袱,逐步进入上行周期。”

政策层面,国家对新质生产力的支持为创新药赛道注入了强劲动力。单林表示:“国家药品监督管理局对具有临床价值的创新药实行快速审评审批,加速了药物上市进程。医保政策也在‘腾笼换鸟’,通过集采压缩仿制药利润,将资源倾斜至真正具备临床价值的创新药。这种政策导向为创新药企业提供了长期稳定的发展环境。”

从市场规模来看,国内创新药在医保支出的占比仍为个位数,成功“出海”(在欧美发达国家上市放

量)的国产创新药更是凤毛麟角。单林预测:“未来2年至3年,国产创新药将逐步展现全球竞争力,实现从‘0到10’的突破。”

在投资策略上,单林将资产分为“守正类”和“赔率性”两类,通过动态权衡风险收益比,实现投资组合的稳健增长。

守正类资产是基金的核心底仓。单林解释说:“这类资产着眼于中长期产业维度,我专注于研究影响行业发展的关键问题,减少短期频繁交易。例如,对一些早期进入研究视野的企业,通过持续跟踪业务推进、创新布局及研发节奏,逐步验证确定性。这类企业一旦兑现预期,便会成为组合的压舱石。”

赔率性资产则更多基于中期视角,注重左侧布局,以获取高赔率带来的潜在收益。单林表示:“我倾向于在市场关注度较低、预期尚未充分反映时介入,但不会过度集中持

仓。这类资产需要经过验证,确认其高赔率潜力后才会加大配置。同时,当市场出现估值泡沫时,我会及时兑现早期介入的盈利。”

## 三大投资思路捕捉机会

对于创新药板块的未来走势,单林持乐观态度。他将当下的创新药比作“2018年至2019年的CXO(医药外包)”,认为其中期景气度会持续。“未来几年,越来越多的创新药公司有望实现盈利,报表端的非线性增长将吸引更多资金配置。”

谈及未来对创新药板块的具体投资思路,单林提出三大方向:一是硬科技,聚焦具备全球竞争力的创新药企业。美国是全球最大的创新药

市场,能够立足美国的企业在国内同样具备优势。目前,真正依靠自身能力“出海”的国内药企仍是少数,但这一群体正在扩大。二是高增长,挖掘国内市场的爆发潜力。中国庞大的人口基数为药品市场提供了广阔空间。若产品在价格、医保支持等方面具备优势,相关企业有望实现超额收益。三是产业趋势,关注从无到有的突破。例如,某些疾病从无法治疗到有药可医,将彻底改变患者治疗现状。国内企业在临床资源和研发效率上具有先天优势。

采访最后,单林总结说:“医药行业的创新转型是一场长跑,政策支持、企业研发能力与市场需求的三重共振,将为创新药赛道带来持续的投资机会。”

“基金经理·行进中的思考”系列报道

# 股权信托新规落地首月: 三单创新项目现身 探索服务实体经济新路径

■本报记者 昌校宇

4月10日,国家金融监督管理总局北京监管局与北京市市场监督管理局联合印发《关于做好股权信托财产登记工作的通知(试行)》(以下简称《通知》),标志着困扰信托行业22年的非上市公司股权信托登记难题终获破解。新规落地首月,中国对外经济贸易信托有限公司(以下简称“中国外贸信托”)、中信信托有限责任公司(以下简称“中信信托”)等机构迅速响应,三单项目相继落地,以创新实践成果彰显“信托速度”。

作为全国首份股权信托财产登记专项指引,《通知》的发布切实解决了行业痛点。不仅在行政管理和法律层面有效强化了信托财产的独立性,更为信托公司开展股权信托业务提供了更加清晰的操作指引和坚实的制度保障。

新政发布后仅6天,4月16日,中国外贸信托为生物医药企业家徐先生量身定制的股权信托在北京昌平区完成财产登记,旨在解决家族企业在传承中通常会遇到的“二代”经验不足、多子女利益平衡、精神传承断层等难题,通过信托架构设计实现控制权平稳过渡、债务风险隔离与慈善精神传承三重目标。

中国外贸信托家族财富事业部总经理李珊表示:“我们不仅要防止股权分散导致家族内耗,更要用制度守护企业家精神。方案特别约定第三代继承人需完成公益实践等‘通关任务’后方可解锁受益权,将财富传承从‘被动分配’升级为‘主动培育’。此单生物医药企业股权信托的落地,不仅是中国外贸信托支持专精特新企业的有益实践,更为非上市公司股权的纳入提供‘信托样本’。”

事实上,虽然信托法赋予信托财产独立性,但非上市公司股权作为信托财产时,因缺乏明确登记规则,始终存在权属认定模糊、流转程序复杂等问题。《通知》首次明确股权信托的工商登记与金融监管备案细则,这一创新举措不仅明确区分受托人的固有财产与信托财产,还消除了信托公司开展非上市公司股权业务时对声誉风险传导的担忧,进一步规范市场秩序。这不仅推动金融服务普惠化,也践行了金融的政治性和人民性,为更多企业主提供公平、透明的金融服务。

新政首月的实践绝非简单“跑通流程”,而是通过差异化场景设计展现了股权信托服务实体经济的深度与广度。

此外,中国外贸信托、中信信托还完成两单标志性股权信托项目。

在北京市通州区,针对战略性新兴产业融资难题,中国外贸信托通过设立服务信托为企业提供股权管理、风险隔离、资产运营等综合服务,吸引社会资本投入新能源领域。该项目负责人称:“这不仅强化了信托财产独立性,保障了受益人权益,更为信托服务实体经济领域开辟了新路径。此外,该模式将在后续系列项目中得到更多应用。”

在北京市朝阳区,中国外贸信托与中信信托作为双受托人设立的系列风险处置服务信托,旨在帮助北京东方园林环境股份有限公司完成破产重整,开创了司法重整与金融服务融合的新范式。据悉,列入破产重整计划的股权资产装入服务信托架构,有三重意义:其一,依靠信托制度优势,避免企业资产因无序清算而贬值,防止风险向金融系统扩散,为“精准拆弹”提供市场化、法治化工具,助力维护经济金融稳定;其二,通过专业化管理盘活存量股权资产,保障员工就业与产业链上下游稳定,同时预留信托收益用于清偿债权人权益,缓解社会矛盾;其三,突破传统资金信托局限,推动服务信托在风险处置领域的应用,为行业探索“财产独立+受托运营”模式提供实践样本,加速信托业回归本源。

新规落地首月的实践成果犹如一粒种子,孕育着改变行业生态的基因。当信托工具与实体经济需求深度融合,当制度创新与市场智慧相互激发,中国信托行业也迎来高质量发展的黄金时代。

更多精彩报道,请见——

## 证券日报新媒体

证券日报之声

证券日报APP