

“二永债”与增资扩股齐发力 中小银行密集“补血”

■本报记者 彭妍

近日,多家中小银行资本补充动作频频。兰州银行与西安银行近日均获得监管批准发行无固定期限资本债券,这也是两家银行自上市以来首次涉足这一融资领域。记者发现,中小银行正迎来新一轮密集“补血”,从“补血”方式来看,多以发行二级资本债和永续债(以下简称“二永债”)、增资扩股、定向增发等外源性方式补充资本。

商业银行“二永债”发行提速

6月18日,兰州银行发布公告称,已收到《中国人民银行准予行政许可决定书》与《国家金融监督管理总局甘肃监管局关于兰州银行发行无固定期限资本债券的批复》,该行获准发行规模不超过50亿元人民币无固定期限资本债券,在批准后的24个月内,可自主决定发行时间、批次和规模。事实上,早在5月15日的业绩说明会上,兰州银行就已透露发行计划,拟通过发行永续债补充其他一级资本,从而进一步提升服务地方经济、支持实体经济的能力,推动业务稳健发展。

6月17日,西安银行也发布公告表示,收到《陕西金融监管局关于西安银行股份有限公司发行无固定期限资本债券的批复》,同意发行不超过70亿元人民币的无固定期限资本债券,在批准后的24个月内,可自主决定发行时间、批次和规模。6月16日,浙江金融监管局发布一则批复,同意浙江稠州商业银行发行不超过40亿元人民币的二级资本债。

值得关注的是,今年商业银行“二永债”发行明显提速。东方财富Choice数据显示,截至6月20日,年内商业银行已累计发行47只“二永



债”,发行规模达7949.6亿元,较上年同期略有增长。

中国银行研究院研究员李一帆对《证券日报》记者表示,近期中小银行“二永债”发行节奏加快,主要有以下考虑:从整体来看,中小银行的资本充足率普遍低于大型银行,近期一些中小银行的资本充足率呈下降趋势,亟须补充资本以满足日常经营发展的需要。此外,部分银行盈利能力承压导致内源资本补充空间受限,从而转向发债这一外源资本补充渠道。通过夯实资本充足水平,进一步满足监管要求,既可以增厚银行的风险缓冲垫,也能够支撑信贷投放规模扩张,从而提升风险抵御和高质量服务实体经济的能力,最终保障银行实现可持

续稳健发展。

中小银行增资扩股加速

在资本补充压力持续高企的严峻形势下,中小银行正加速通过增资扩股或定向募股的方式进行资本补充。

6月17日,国家金融监督管理总局珠海监管分局发布相关批复,明确同意珠海农村商业银行增加注册资本。6月12日,国家金融监督管理总局河北金融监管局发布的相关批复显示,同意张家口银行变更注册资本方案,募集国有股份不超过18亿股。

据国家金融监督管理总局公开数据统计,今年以来,浙江稠州商业

银行、浙江民泰商业银行、保定银行、烟台银行等多家中小银行的增资扩股方案或注册资本变更申请,均已陆续获得监管部门的批复同意。值得注意的是,这些积极推进资本补充的银行,主要涵盖城商行、农商行及农村金融机构等主体。

业内分析人士表示,相较于资本雄厚、融资渠道多元的国有大型银行,中小银行面临着内源性资本补充能力不足与外源性融资渠道受限的双重困境,资本补充需求尤为迫切。

国家金融监督管理总局数据显示,2025年一季度末,商业银行(不含外国银行分行)资本充足率为15.28%,一级资本充足率为12.18%,核心一级资本充足率为10.7%。分

机构类型来看,城商行、农商行的资本充足率分别为12.44%、12.96%,显著低于大型商业银行17.79%和股份制商业银行13.71%的平均水平。

招联首席研究员董希淼对《证券日报》记者表示,银行业作为我国金融业的主体,目前银行净息差已降至历史最低,资产质量压力上升,盈利能力受到冲击,通过利润留存进行内源资本补充的能力持续下降。资本补充是增强风险抵御能力的重要手段,服务实体经济既需要资金,更依赖充足的资本。因此,通过发行特别国债、地方专项债等方式增加商业银行核心一级资本,将增强银行发展稳健性和服务实体经济能力,维护金融安全稳定,推动经济高质量发展。

公募基金代销市场深度洗牌 中小代销机构困境凸显

■本报记者 彭衍菰

公募基金代销市场正经历深度洗牌。6月19日,建信基金管理有限责任公司发布公告称,与民商基金销售(上海)有限公司(以下简称“民商基金”)协商一致,从6月20日起将终止与民商基金的基金销售合作服务。自5月下旬以来,已有逾50家基金管理人公告与民商基金终止代销合作,其中不乏华夏基金、嘉实基金、景顺长城基金、万家基金、汇添富基金等头部公募机构。

2017年10月份,民商基金获得证监会基金销售牌照,是一家由银行业专业人士发起成立的基金销售公司。该公司曾以“臻好财富”品牌布局财富管理赛道,旗下“臻好投”App一度承载其线上化展业愿景。

6月19日下午,《证券日报》记

者实测发现,民商基金上述线上购买渠道已失效,投资者需赴上海唯一线下网点办理业务,民商基金客服对此证实。不过针对近期代销业务合作终止问题,客服未给出明确回应。

Wind资讯数据显示,截至6月20日,民商基金代销产品数量较今年年初的2726只下降70%至829只。

此外,今年以来,还有北京中植基金销售有限公司、北京加和基金销售有限公司、上海凯石财富基金销售有限公司等多家代销机构与基金公司终止代销业务合作。

对此,晨星(中国)基金研究中心高级分析师吴粤宁在接受《证券日报》记者采访时表示:“中小代销机构的竞争压力本质是‘资源、能力、合规’三重壁垒叠加。中小机构获取客户资源的难度较大,且客户对合规资

质、投研服务要求持续提升。此外,中小代销机构的运营成本相对较高,其利润空间受到进一步压缩,而合规管理水平可能相对薄弱,合规成本也在持续上升。”

“日趋严格的监管框架正在重塑行业生态,监管层通过投资者适当性管理新规、销售行为负面清单、信息披露穿透式监管等组合拳,持续抬高合规经营门槛,合规成本的结构性上升,客观上形成了优胜劣汰的市场筛选机制。”深圳市前海排排网基金销售有限责任公司公募产品经理朱润康对《证券日报》记者表示。

当前,行业格局加速重构,呈现出资源向头部代销机构集中的显著特征。Wind资讯数据显示,今年年初,代销产品超1万只的代销机构为8家(证券公司与独立基金销售机构

各占4家),至6月20日已增至15家(证券公司、独立基金销售机构分别为7家、8家)。由此来看,头部代销机构市场份额还在持续扩张,而民商基金的遭遇仅是中小代销机构困境的缩影。

展望未来,朱润康认为,公募基金代销市场将呈现两大核心趋势:一是具备互联网基因的独立代销机构迎来战略机遇期,依托流量聚合优势、扁平化决策机制及专业投顾团队,这类机构在智能投研系统开发、组合策略定制及投资者陪伴服务等领域构建起竞争壁垒,有望通过政策红利实现弯道超车;二是财富管理市场正从“卖方销售”向“买方投顾”范式转型,投资者对专业化资产配置的需求爆发,促使具备投顾牌照的机构通过“专业顾问服务+精准投资匹配”及营销网络有望成为保险产品销售的助推器。

的服务模式升级,推动资产管理生态良性循环。

朱润康进一步表示,未来代销机构需围绕以下七个维度构建核心优势:服务创新,打造智能化服务体系,提供个性化资产配置、7×24小时智能投顾及定制化增值服务;品牌价值,中小机构需通过差异化品牌叙事建立情感共鸣,塑造独特团队认知;技术赋能,融合AI、区块链等技术,构建智能风控与大数据分析平台,实现服务流程数字化;细分市场,深耕特定客群或垂直领域,形成专业化壁垒;客户全生命周期管理,建立分层运营体系,通过数据驱动提升客户留存与信任;敏捷组织,培育快速迭代文化,激发内部创新活力;合规经营,构建全链条合规管理体系,平衡业务发展与风险控制。

年内险资举牌增至16次 举牌标的高股息特征明显

■本报记者 杨笑寒

险资举牌步履不停。近日,长城人寿保险股份有限公司(以下简称“长城人寿”)公告举牌秦港股份股票440万股,共计持有秦港股份股票约2.79亿股,占该公司总股本的5.0005%,触发举牌线。

具体来看,本次连续交易为长城人寿在二级市场买入上市公司股票,资金来源为自有资金账户资金和传统账户保险责任准备金。参与举牌交易后,以2025年6月16日秦港股份H股收盘价2.29港元/股和A股3.21元/股为基准,长城人寿持有秦港股份股票市值约为6.10亿元人民币(H股持仓市值按交易日参考汇率中间价计算),占长城人寿上季度末总资产的比例为0.42%。

保险行业协会数据显示,年内已有7家险企共举牌了13家上市公司,举牌次数共16次(部分险企对所持上市公司股份进行增持后多次触发举牌线),相较去年同期举牌次数(5次)增长显著。

险资举牌是指保险公司持有或者与其关联方及一致行动人共同持有一家上市公司5%股权,以及之后每增持达到5%时需依规披露的行为。

长城人寿公告显示,参与本次举

牌交易前,长城人寿持有秦港股份股票2.75亿股,占其总股本比例为4.9218%。近日,其买入秦港股份股票440万股,共计持有秦港股份股票约2.79亿股,占该公司总股本的5.0005%,触发举牌线。

具体来看,本次连续交易为长城人寿在二级市场买入上市公司股票,资金来源为自有资金账户资金和传统账户保险责任准备金。参与举牌交易后,以2025年6月16日秦港股份H股收盘价2.29港元/股和A股3.21元/股为基准,长城人寿持有秦港股份股票市值约为6.10亿元人民币(H股持仓市值按交易日参考汇率中间价计算),占长城人寿上季度末总资产的比例为0.42%。

对此,普华永道管理咨询(上海)有限公司中国金融行业管理咨询合伙人周瑾对《证券日报》记者表示,从2023年起,险企陆续执行新会计准则,资产端的新金融工具会计准则IFRS9(《国际财务报告准则第9号——金融工具》)要求险企在对股票投资进行计量时反映其市值,这一要求加剧了财务报表的波动性。因此险企希望通过举牌来实现权益法核算,以此平滑会计利润波动,减少当期损益的起伏。

国信证券研报也表示,随着资产端长端利率下行,叠加权益市场的持续波动,保险公司资产端显著承压。此外,优质非标资产的陆续到期为险资增厚投资收益带来一定压力。与此同时,新金融工具准则下,公允价值计量且其变动计入当期损益(FVTPL)类权益资产加剧利润表波动。在此背景下,保险公司通过举牌上市公司能够一定程度上平滑会计利润,降低权益工具的投

资收益波动。

偏爱高股息个股

从举牌标的来看,今年以来险资举牌的上市公司覆盖银行、水利、能源、物流等行业,具有显著的高股息特征。

作为高股息资产的代表,险资尤为青睐银行股。数据显示,上述16次举牌中,有8次举牌标的为上市银行,包括邮储银行、农业银行、中信银行等。

平安证券银行业分析师袁喆奇表示,银行板块特性吸引险资关注,一方面来源于板块高股息价值,以2024年度宣告分红总额/总市值计算,银行板块静态股息率水平位于所有行业第三位,相较于10年期国债的无风险利率溢价水平持续位于高位。另一方面,银保渠道协同作用对于险资业务拓展的战略意义同样不容忽视,银行广泛的实体网点布局以

及营销网络有望成为保险产品销售的助推器。

除上市银行外,被险资举牌的其他上市公司也多为高息股。Wind资讯数据显示,年内险资举牌的8家非银行上市公司中,北京控股、中国水务、大唐新能源等5家上市公司的最新股息率(TTM)均超过4%。

展望未来,南开大学金融发展研究院院长田利辉对《证券日报》记者表示,险资举牌有望逐步增多,并更加注重专业化、特色化发展,在特定领域或行业进行深度布局,建设相关领域的专业投资团队和风险控制体系。随着国家战略引导与市场发展,在高新技术、新能源、医疗健康等行业的布局有望给险企带来较好的投资收益。

不过,周瑾提醒,险资举牌也需特别关注风险,做好自身的战略资产配置,审慎选择举牌标的,提升自身风控能力,科学决策股票的配置比例和仓位,规范投资行为。

“618”消费旺季

银行信用卡业务发力多元消费场景

■本报记者 彭妍

今年“618”,银行紧抓消费热潮加码信用卡业务。相较往年,今年各大银行以一系列创新举措打破传统营销边界,创新力度空前:不仅升级满减折扣、分期免息等惠民活动,更紧扣“以旧换新”“国补”政策推出专属福利;同时,打通线上线下消费场景,将金融服务无缝嵌入多元消费场景。

上海金融与法律研究院研究员杨海平在接受《证券日报》采访时表示,今年“618”期间银行信用卡业务创新实践,折射出两大核心发展趋势:一方面,信用卡作为消费金融与零售业务的关键载体,正以更精准的服务对接政府促消费政策,通过金融工具放大政策红利效应;另一方面,行业加速拥抱金融科技前沿成果,推动信用卡业务向线上化、数字化、智能化、场景化深度转型,重塑客户服务体验与运营模式。

银行信用卡刷新“618”营销玩法

在大力提振消费的背景下,今年“618”成为银行信用卡业务发力的关键节点。各大银行积极响应国家政策号召,不仅携手京东、淘宝、天猫、支付宝等主流电商及支付平台推出多重福利活动,更在营销模式、服务场景等方面不断推陈出新,以金融之力助力消费市场焕发新动能。

据了解,随机立减、支付满减、分期免息等营销手段已成为银行信用卡参与购物狂欢的“标准配置”。以平安银行为例,其信用卡推出的“全民巨惠购”活动,围绕积分、分期、消费返现等维度,打造覆盖线上线下的优惠矩阵。从支付环节的分期免息,到购物后的积分兑换,再到还款时的抽奖福利,多重优惠贯穿信用卡使用全流程,实现线上线下消费场景的无缝衔接。

在基础优惠升级的同时,多家银行紧扣国家“以旧换新”政策,将金融服务深度嵌入消费场景。其中,交通银行信用卡聚焦家电、数码等耐用消费品领域,为参与“以旧换新”的客户提供专项补贴,助力消费市场提质扩容。中信银行信用卡推出“以旧换新,优惠加码”活动,持卡人可先申领最高2000元的政府补贴,叠加使用62开头银联信用卡支付,还能享受专属优惠,通过政策红利与金融福利的双重叠加,有效刺激消费升级。

线下消费场景同样成为发力重点。多家银行围绕消费者日常生活需求,对相关活动进行全面优化升级。例如,中信银行信用卡焕新升级“99365”活动,围绕“食、住、行、娱、购”等日常生活场景,构建多元化消费生态。

苏商银行特约研究员高政扬对《证券日报》记者表示,从今年“618”银行信用卡业务的创新动作可以看出,行业正从传统的规模扩张阶段向精细化运营与价值创造阶段加速转型。在信用卡市场步入存量竞争的背景下,银行已不再单纯追求发卡量增长,而是更注重用户生命周期价值挖掘与客户体验升级。这些趋势表明,行业正通过精准营销、差异化服务与场景化运营,实现从“跑马圈地”到“精耕细作”的转型。

存量竞争下的突围路径

作为消费市场与商户生态之间的重要纽带,银行信用卡长期以来都是推动消费升级的关键力量。然而,当前行业发展正面临严峻挑战。中国人民银行发布的《2025年第一季度支付体系运行总体情况》数据显示,截至今年一季度末,全国信用卡和借贷合一卡数量已降至7.21亿张。这已是信用卡在用卡量连续第九个季度下滑。与此同时,上市银行信用卡流通户数、非息收入等核心指标也持续走低,标志着信用卡行业已全面进入激烈的存量竞争时代。

杨海平表示,当前行业面临三大结构性挑战:其一,在信用卡额度刚性扣减规则的约束下,拉新促活与风险防控的平衡艺术亟待升级,银行需构建更智能的动态风控体系,在拓客规模与风险管控间寻求动态平衡;其二,随着竞争焦点转向存量客户,客户对业务体验和服务质量的要求愈发严苛,银行必须持续优化服务流程、提升服务品质,才能在激烈竞争中留住客户;其三,为提升业务经济效益,银行对金融科技的依赖程度日益加深,数字化转型已成为信用卡业务发展的必然趋势。

“信用卡行业正经受着存量博弈与数字变革的双重考验。”素喜智研高级研究员苏筱芮认为,大数据、人工智能等新技术的快速发展,为信用卡业务提质增效带来了新机遇,但资产质量承压、互联网信用卡支付产品分流等问题也不容忽视。在此背景下,产品创新、场景深耕与风险管控已成为信用卡业务实现可持续发展的关键。

中国邮政储蓄银行研究员姜飞鹏建议,面对存量竞争的严峻形势,银行应以金融创新为突破口,通过优化服务模式、拓展消费场景,为客户提供更高质量的金融服务,从而增强市场竞争力;同时,要坚持市场化原则,科学平衡成本与收益关系,通过精细化运营和专业化管理,不断提升业务核心竞争力。

杨海平也表示,当前银行信用卡业务要实现可持续发展,关键在于提升数字化运营能力,包括基于数字技术的精准营销获客能力、智能风险管理能力,以及打造特色化增值服务体系,以此提升客户黏性和业务价值。