2026年11月14日 星期六
本版主编：吴 珊 责 编：吕 东 制 作：董春云
证券日报

金融机构·实干争先

银行筹备2027年开年布局

告别规模比拼 走向差异化竞争

本报记者 彭 妍

岁末临近，多家银行启动2027年开年布局。一方面，国有大行、股份行、地方中小银行的业务重心、信贷投向进一步分化；另一方面，行业经营导向迎来调整，正从以往片面冲时点规模的模式，转向坚持结构优先、质量优先。



图片素材来源：视觉中国

锚定不同领域

目前，不少银行已开始筹备2027年开年的业务计划，除年末专项启动会外，部分机构在三季度业绩说明会、经营分析会上，也同步部署了明年一季度信贷投放与客户储备计划，不同类型银行的业务布局、信贷投向则有所差异。

国有大行将明年发力的重点放在对公信贷投放上，聚焦“两重”“两新”、“六张网”建设、金融“五篇大文章”、科技创新等重点领域；股份行着力压降负债成本，信贷资源重点投向制造业、科技企业、民营企业；地方中小银行则立足本土，聚焦细分赛道挖掘机会。

建设银行在2026年三季报业绩说明会上提出，将持续优化信贷结构，加大金融“五篇大文章”领域高质量资产投放；光大银行董事会秘书张旭阳在业绩会上表示，该行将围绕“六张网”建设、扩大内需、科技创新、区域协调发展等方向，做好今年四季度信贷投放以及明年项目储备。

恒丰银行深圳分行在2026年三季度工作会议上，同步部署年末收官与明年开年的相关工作。该行提出，要加快优化资产负债结构，算好客户综合收益账，引导新增信贷投放重点向制造业、科技、绿色产业以及民营企业倾斜；兴业银行长沙分行则以“负债立行”为抓手，持续压降负债成本，布局产业金融，赋能重点产业链发展。

地方中小银行依托属地优势布局业务，立足本地市场同步优化资产、负债两端，筛选优质本土客户与项目。沅江农商银行在2027年首季工作筹划会上提出分层推进信贷营销，城区支行打造特色业务，农村支行深耕乡土市场。同时把存款拓展融入日常服务、社保卡、收单业务推广，持续沉淀低成本存款。

追求高质量增长

在净息差持续承压背景下，银行经营思路发生明显调整，多家银行在近期的相关部署中明确，摒弃低质效规模，追求高质量增长。以往“拼价格、冲时点”的激进营销模式逐步弱化，日均存款、活期占比、负债成本、资产管理规模（AUM）、有效代发户数等质量指标权重抬升，时点规模指标退居次要位置。

华夏银行太原分行提出，节奏到位、一鼓作气、高位起步、可持续推进，以充分储备确保明年开年取得好成绩；业务到位、存贷并举、产品赋能，公司金融与零售金融双轮驱动，不做低质效规模，做有质量的增长等要求。

桐乡农商行在2026年收官暨2027年开年的一体化行动启动会上提出，实行清单化、销号制管理，紧盯核心指标，攻坚薄弱指标缺口。压实考核责任，做好内外勤联动，从资产和负债两端发力提升综合效益。优化存款结构与信贷客户结构，用好利率定价工具，做实客户分层筛选。

苏商银行特约研究员薛洪言对《证券日报》记者表示，当前净息差处于低位，银行冲时点揽储的边际收益已经低于资金成本，高息存款容易拉低盈利水平。叠加存款监管持续收紧、有效信贷需求偏弱，高成本负债难以匹配优质资产投放，冲规模反而可能造成亏损，行业因此转向重视日均资金沉淀、客户综合效益。

星图金融研究院高级研究员付一夫对《证券日报》记者表示，当前，银行存款、信贷、财富三条业务线逻辑正发生变化。存款端重心已从拉规模转向调结构、压降负债成本，弱化短期高息冲量；信贷端前置项目储备，优先投向科创、先进制造等优质领域，兼顾收益与风险；财富管理成为到期资金承接渠道，依托AUM考核发展理财、保险代销，增厚中间业务收入，网点经营转向客户综合资产经营。

11月份私募基金经理信心回暖

本报记者 昌校宇

11月份以来，私募基金经理信心呈现回暖迹象。私募排排网最新公布的11月份“排排网·中国对冲基金经理A股信心指数”报告显示，56.81%的基金经理对11月份市场行情持乐观态度，39.69%的基金经理持中性观点，持谨慎态度的基金经理仅占3.50%。

从仓位增减计划看，28.40%的基金经理计划在11月份加仓，66.54%的基金经理倾向于维持现有仓位，打算减仓的基金经理仅占4.67%，另有0.39%的基金经理将根据市场情况灵活选择。

排排网财富研究总监刘有华对《证券日报》记者表示：“私募基金经理对11月份市场的预期以乐观和中性为主，加仓意愿有所增强、减仓意愿较低，信心修复特征较为明显。”

与此同时，10月底百亿元级私募机构的仓位数据变化，与11月份基金经理信心指数回暖相互印证。

私募排排网数据显示，截至2026年10月30日，百亿元级私募仓位指数为83.10%，较前一周（10月19日至10月23日，下同）上涨1.47个百分点，并已连续两周加仓。重仓或满仓（仓位>80%）的百亿元级私募机构占比最高，达到64.53%；中等仓位（50%≤仓位≤80%）的机构占比25.14%，轻仓或空仓（仓位<50%）的机构合计占比仅为10.33%。与前一周相比，重仓或满仓的百亿元级私募机构占比有所提升，说明部分机构正在逐步提高仓位。

私募基金的自购行为则从利益绑定角度释放了中长期看好市场的信号。《证券日报》记者统计，11月份以来，已有3家私募基金管理人宣布自购旗下产品。11月1日，上海磐耀资产管理有限公司发布公告称，将运用自有资金不低于1000万元申购旗下产品。11月2日，深圳市中欧瑞博投资管理股份有限公司宣布，将于近期以自有资金1亿元分别追加跟投旗下主观策略、量化策略私募证券基金产品各5000万元；11月6日，锐方（上海）私募基金管理有限公司发布公告称，基于对中国资本市场长期稳健发展的看好，该公司及主要核心人员将于公告发布之日起两周内，以自有资金5亿元申购旗下私募证券投资基金。

在深圳市融智私募证券投资基金管理有限公司FOF（基金中基金）基金经理李春瑜看来，自购不等于对短期行情的判断，但体现了私募基金管理人以真金白银与持有人共担风险、共享收益的态度，有助于稳定市场预期。

产品备案数据则反映了私募基金管理人在供给端和业务布局上的持续投入。私募排排网数据显示，今年前10个月，共有12673只私募证券基金完成备案，较2025年的9963只增长27.20%，并已超过去年全年产品备案数量。

在配置层面，私募基金经理的市场观点与上述数据形成呼应。雪球资管量子复利基金经理王岩对《证券日报》记者表示，当前市场整体处在“底部”区间，积蓄的向上反弹动力比较充足。

在雪球资管丹书铁券基金经理陈俊涛看来，近期市场持续震荡可视为休整阶段，不必过于担心，市场在找到新的平衡点后有望恢复活力；部分AI（人工智能）硬件标的股价回落至前期区间，部分企业盈利仍保持高增长，具备低估价值，策略上应“弃伪存真”，坚定持有优质资产。

全功能融合创新终端落地 支付便利化水平持续提升

本报记者 李 冰

11月12日，中国银联股份有限公司（以下简称“中国银联”）联合蚂蚁科技集团股份有限公司（以下简称“蚂蚁集团”）推出的全功能融合创新终端，在陕西省西安市钟楼开元商城全国首发。在行业持续提质、着力提升支付便利性的背景下，该设备成为双方受理市场生态共建合作落地的标志性成果。

适配多元支付习惯

长期以来，线下收银场景普遍存在机具分散、支付通道相互割裂的痛点：刷卡终端不一定支持数字人民币，扫码设备难以受理境外银行卡，支付宝“碰一下”功能还需单独布设机具，不少商户收银台机具堆叠、操作切换不够便捷。

据了解，全功能融合创新终端是当前市场上支付方式兼容维度较为全面的金融级智能POS（收银终端），由中国银联与蚂蚁集团联合研发推广，该终端可实现支付宝“碰一下”、境内外银行卡、二维码聚合支付、手机Pay（手机闪付）、数字人民币等主流支付方式一机通收，适配消费者多元化支付习惯，助力优化营商环境、促进消费，服务高水平对外开放。

中国银联董事长董俊峰对记者表示，全功能融合创新终端是中国银联与蚂蚁集团发挥各自优势、深化协同攻关的重要成果。它不仅是一次技术突破，更是产业共建支付便利化生态、实现由“通”到“融”的生动实践，将持续为优化线下受理环境、激活消费市场释放新的动能。

记者注意到，今年4月16日，中国银联与蚂蚁集团在杭州签署受理市场生态共建合作协议，基于协议约定，双方持续深化合作交流，加强优势资源整合，在以旧换新、有奖发票、政务民生服务、优化支付环境、创新终端研发推广等方面深化合作。

博通咨询金融行业资深分析师王蓬博在接受《证券日报》记者采访时表示：“此次全功能融合创新终端的落地，标志着两大生态从各自独立受理，走向技术互通、能力融合的新阶段。对线下实体商户而言，一台设备多种支付方式通收，同时可借助设备开展数字化经营，无需部署多套独立系统，能够降低机具投入与运维成本。”

普惠属性突出

根据发布的信息，全功能融合创新终端满足银联企业技术规范、支付宝IoT（物联网）设备安全规范双重安全标准，具备完善的安全机制。从消费者端看，终端普惠属性突出，既可承接境外持卡人、来华游客的银行卡支付需求，优化入境消费体验；也可降低老年人、视障人群等群体的支付门槛，多元支付惠及各类群体。

同时，该终端整合中国银联、蚂蚁集团双方优势资源，搭载AI经营分析、智能客流研判、精准会员运营、政府促消费等数字化增值功能，既能助力商户提升门店智能化运营水平，也为各地促消费政策落地提供支持，为境外来华人士提供多元的便利化支付服务。

据记者了解，本次终端的落地，建立在支付宝“碰一下”技术规模化应用的基础之上。数据显示，自2024年7月份上线以来，支付宝“碰一下”服务已覆盖点餐、出行等2200个细分场景，接入3000万个线下点位，服务4亿用户，形成了大规模线下AI经营网络。

蚂蚁集团首席执行官韩歆毅对记者表示，通过技术创新，新设备全面兼容各类支付方式，保障了各类用户在多场景下的支付便利性。今后还将持续深化与中国银联合作，为消费者和商家的服务门槛做减法，为体验与数字经营能力做加法，为实体商业创造价值。

兰州大学经济学院教授陈文在接受《证券日报》记者采访时表示，终端可支撑各地消费券、惠民补贴核销，为促消费政策落地提供稳定载体，也能持续保障境外来华人士的多元化支付便利，兼顾民生服务与高水平对外开放需求。

王蓬博表示，未来，随着全功能融合创新终端逐步向全国商圈、零售门店推广，将进一步夯实普惠支付基础设施，一方面持续降低商户收银的复杂程度，助力实体商业数字化转型；另一方面持续优化入境支付环境，服务跨境往来，在促消费、稳内需、扩大对外开放等方面持续释放产业价值。

险企抢抓2027年“首季关键期”

分红险挑大梁 高净值客户成焦点

本报记者 冷翠华

近日，多家人身险公司陆续开始为2027年“首季关键期”布局。从各家公司推出的产品看，分红险是绝对主力；从客群策略看，高净值客户正成为险企竞逐的焦点。

按惯例，人身险公司多从本年度最后一个季度启动下一年度的业务筹备工作，做好跨周期安排。

普推年金险与终身寿险

《证券日报》记者了解到，对于2027年险企“首季关键期”布局工作，一线保险营销员的“体感”冷热不均。在某大型人身险公司从业多年的营销员文华（化名）告诉记者，2027年首季业务启动热度明显降温：一方面是公司推动力度有所减弱，另一方面是自己也难以开拓到可成交的客户。但也有营销员干劲十足，希望借助险企稳定的投资业绩与历史分红实现率口碑，强化分红险推广，争取良好业绩。

从险企产品储备看，分红险无疑是主角。新华保险、太保寿险、泰康人寿、平安人寿、中国人寿近期相继推出分红型年金保险和分红型终身寿险产品，作为2027年“首季关键期”的主打产品。

新华保险相关负责人表示，当前，国内经济底盘持续筑牢，居民家庭资产配置观念深刻转变。在利率下行的大环境中，大众更看重资产的安全性、确定性与长期价值，养老储备、子女教育、家庭资产保全与传承成为市场主流需求。具备“保证+浮动”双重属性的分红险，成为家庭跨周期财务规划的重要配置工具。

对外经济贸易大学创新与风险管理研究中心副主任龙格对《证券日报》记者表示，险企扎堆力推分红险，主因在于利率走势。由于分红险保证利率较低，压降了险企的刚性负债成本，浮动收益部分又能与客户分享，因此险企在低利率时代普遍加大推广力度。但他同时提示，浮动收益受险企投资收益影响很大，一旦投资收益大幅回撤，可能引发客户投诉甚至退保。

产品扎堆之下，分红险的差异化竞争力如何体现？龙格概括为三点：一是保证回本年限与减保规则的设计；二是历史分红实现率以及红利分配的稳定性；三是保险产品对接养老社区、信托权益等综合服务能力。

北京排排网保险代理有限公司总经理杨帆认为，分红险的红利来源于险企实际经营成果，投资收益是重要组成部分，当前低利率环境下，险企能否通过长期资产配置获得相对稳定的回报，直接关系到分红险的长期竞争力。但分红险本质上是长期负债业务，还需做好资产负债匹配、合理控制负债成本、建立稳定的红利分配机制。同时，分红险的竞争力也不应只看收益，还要看保证利益、分红机制和长期服务能否形成综合优势。

市场大单增多

2027年“首季关键期”布局的另一趋势是险企瞄准高净值客户，市场上大单明显增多，险企从经营策略到生态服务都在朝这一方向倾斜。

龙格分析称，这主要与主力渠道有关。银保渠道是2027年“首季关键期”布局重要的增长来源，银行私行客群是高净值保单的重要来源。低利率时代，部分高净值人群将资产转向保险的需求增强；银行也有动力推动客户转化，增加中间业务收入。

杨帆认为，这一趋势背后是需求与转型的双重驱动。随着居民财富积累，高净值客户对养老规划、财富传承、资产长期安排的关注度不断提高，保险产品的长期契约和跨代传承特点恰能承接其中一部分需求；对险企而言，高净值客户单笔保费较高、客户关系具有长期经营价值，头部险企正加强高净值客户经营，从单纯销售产品转向提供综合财富管理和养老服务。不过，高净值客户对专业能力和服务质量的要求也更高，险企难以仅依靠高保费产品完成销售，而需要具备相应的专业团队和服务体系。

生态建设成为承接高净值客户的抓手之一。以新华保险为例，该公司符合条件的客户可对接家族办公室配套服务，整合法律、税务、教育、医疗、资产配置、家族治理等多领域专家资源，提供一站式家族综合解决方案，并通过配套保险金信托服务，实现分红型终身寿险与信托工具深度联动。

部分险企还将资产全球配置作为保单的卖点之一。对此，杨帆提醒消费者，保险公司分红账户具备全球资产配置权限，并不代表客户的保单资金直接对应特定海外投资项目，也不意味着海外资产一定带来更高收益；分红险的红利最终取决于整个分红业务的实际经营成果，并受汇率波动、投资风险和资产配置比例等因素影响。

展望2027年“首季关键期”人身险整体布局，综合多家研究机构的最新研判，行业新业务价值有望依托低基数实现同比增长，但预计行业整体将告别以往的脉冲式增长。

部分长期封闭式债基提前结募

本报记者 彭衍菘

近期，部分长期封闭式债券基金提前结束募集。其中，东财基金旗下东财悦安63个月封闭式债券基金累计有效认购申请超过80亿元募集规模上限，募集仅两天便提前结束。相关发行动态使中长期债券资产配置需求受到关注。

此前，泰信基金、联博基金等公募机构旗下63个月封闭式债券基金也相继宣布提前结束募集。

业内人士认为，在利率中枢处于相对低位、市场波动加大的背景下，部分资金更加重视中长期债券资产的配置价值，票息积累、期限匹配及风险控制成为相关投资决策的重要考量。

深圳市排排网基金销售有限责任公司公募产品运营曾方芳认为，当前，中长期债券配置需求呈现出更加注重稳健收益、投资期限和资产匹配等特点。在存款类资产收益率偏低的背景下，部分资金希望通过配置中长期债券资产获取相对稳定的票息收入，以降低未来再投资面临的不确定性。

苏商银行特约研究员武泽伟向《证券日报》记者表示，对于保险、年金等配置型资金而言，资产与负债期限匹配尤为重要，中长期债券能够在一定程度上满足其跨周期配置需求。

眺远咨询董事长高承远表示，部分长期封闭式债券基金提前结募，反映出市场对相关配置工具的关注。投资者在选择产品时，仍需综合考察管理人投研能力、产品策略及风险控制水平。

对于中长期债券市场的投资机会与风险，受访人士认为，仍需综合关注宏观经济、利率走势及债券供需等因素。

武泽伟认为，当前，债券市场中长期配置价值仍具备一定基本面支撑，但单边行情空间有所收敛，市场震荡特征可能更加突出。投资者需关注国内需求修复、政府债券供给及外部利率变化等因素，并更加重视票息积累，结合实际持有周期制定投资策略。

高承远认为，债券仍是资产组合中提供现金流、降低整体波动的重要工具，但在收益空间收窄、信用利差处于相对低位的环境下，投资管理难度有所增加。基金公司需要更加重视久期管理和信用精选，避免通过过度下沉信用资质追求收益，审慎控制杠杆水平，并持续跟踪债券发行主体偿债能力，做好信用风险识别及压力测试。

对于投资者而言，长期配置并不意味着持有期限越长，投资收益就一定越高。

晨星（中国）基金研究中心高级分析师吴粤宁向《证券日报》记者表示，投资者选择债券基金时，应首先匹配自身资金可用周期，重点考察组合久期、信用持仓结构、基金经理投研经验及风格稳定性，同时关注产品流动性安排、费用水平和历史风险收益特征。

吴粤宁认为，长期持有有助于积累票息收益，但较长封闭期并不代表更高收益，最终表现仍取决于管理人在久期、信用等维度的综合判断。