

关注

启东农商行北上海花园支行 残损币变新钞 用细节赢民心



前不久,江苏启东农商银行北上海花园支行迎来了一位常客陈老板——他是网点周边“小陈便利店”的店主,也是该行的收单商户。与往日不同,他手中拎着一个沉甸甸的袋子,满脸愁容。袋子里装着的是其在日常经营中积攒下的大量残损人民币。这些纸币或因频繁流转而边缘破损,或因意外沾污而颜色暗沉,更有甚者粘连、褶皱,难以辨识。

“这些都是实实在在的流动资金,却用不出去,心里是真着急。”陈老板的无奈,道出了许多线下实体商户共同面临的微末难题。见状,支行柜员主动上前,热情接待。她迅速戴上手套,在柜台前开始了细致烦琐的清理、鉴别与清点工作。她严格依据残缺污损人民币兑换办法,一张张仔细分拣、区分“全额”与“半额”兑换标准;对于破损严重的纸币,她小心翼翼将其铺平、拼接,反复核对。经过近一个小时的忙碌,所有符合条件的残损币都被准确清点完毕,柜员为陈老板足额兑换成了崭新整洁的流通钞票。

“压在心头好久的一块石头,总算落地了!你们不嫌麻烦,真是帮了我大忙!”手握新钞,陈老板的眉头终于舒展,连连为农商行员工的耐心与专业点赞。这不是一个关于“耐心”的孤例,而是启东农商银行将普惠金融服务落到实处,融入细节的一个生动切片。

由点及面,这是一张覆盖全域的“普惠服务网络”。在北上海花园支行,乃至启东农商银行遍布城乡的每一个网点,“残损币兑换”与“零钞兑换”都是长期提供的基础便民服务。在做好回收与兑换服务的同时,该行更主动通过日常走访、金融知识宣传等方式,引导客户爱护人民币,及时兑换残损币,让普惠金融的“最后一公里”更加畅通、洁净。

由此及彼,这是一种融入肌理的“服务文化自觉”。北上海花园工作人员的专业表现,源于制度保障,更成于文化熏陶。该行通过持续的技能培训与服务意识锻造,让每一位员工都成为银行“暖心服务”的触点。从残损币兑换的耐心,到零钞备付的充足;从柜面高效结算的便捷,到上门反诈宣传的悉心;从对老年客户的“慢服务”关怀,到对收单商户的“快响应”支持……这些看似微小的举动,共同构筑了客户心中“有温度、靠得住”的本土银行形象。

由事入情,这是一段共生共荣的“银商伙伴关系”。服务商户,不止于业务办理,更在于休戚与共的理解与支持。及时兑换残损币,是维护商户流动资金健康;积极提供零钞,是保障其日常经营顺畅;快速响应收单需求,是助力其生意繁荣。启东农商银行坚信,金融机构的价值,正体现在帮助客户解决一个个具体而细微的难题之中,要用实实在在的在的行动,守护街头巷尾最朴素的“烟火气”。

(通讯员 彭铃琳、周子淇)

银行理财“零费率”频现

近期,银行理财密集降费,部分产品费率直降至零,低价揽客成行业常态。专家提醒:降费不等于降风险,行业终将回归能力竞争。

发明显。短期来看,降费的确对部分对价格敏感的投资者形成吸引力。在中国(香港)金融衍生品投资研究院院长王红英看来,降低费率,甚至零费率在短期内有助于扩大理财规模,满足机构的阶段性考核需求,但这并非长久之计。他进一步指出,持续的零费率将影响理财产品的日常运营投入,特别是在优秀投研人才和基金经理的引进与留存方面。若因费率下调导致收入下降,进而削减研发投入,可能形成恶性循环,最终损害产品管理质量。

价格战难掩理财收益降

今年二季度以来,银行理财行业的降费呈现出参与主体全覆盖、降费幅度大、策略短期化的鲜明特征。业内人士认为,这实质上是资管行业从“卖方销售”向“买方投顾”转型过程中的必然阶段。

苏商银行特约研究员薛洪言表示,理财机构纷纷将管理费、销售服务费降至极低甚至归零,试图在资产收益率下行与同业竞争加剧的双重挤压下,通过牺牲管理费收入来维持产品的相对吸引力,稳住规模基本盘。短期看,这确实降低了投资者成本,是向客户让利的务实之举。

然而,持续降费也是一把双刃剑。普益标准研究员崔盛悦表示,过度压缩费率长期来看也会影响理财产品的运作表现,从而可能影响投资者的收益体验。此外,若陷入单纯的价格战,也可能导致行业恶性“内卷”加剧。尤其是中小理财公司,因缺乏规模效应和成本优势,若被迫降价,将进一步加剧经营压力,一定程度上影响整个行业的健康发展。

这场突如其来的降费“价格战”,让习惯购买银行理财的投资者直呼意外。但必须清醒看到,费率的减免难以弥补资产端收益率的根本性下滑。银行业理财登记托管中心数据显示,2026年一季度,理财产品累计为投资者创造收益1619亿元,同比下降21.41%。

薛洪言提醒,投资者选择产品时,不应仅被“零费率”吸引,而应建立更立体的筛选框架:重点考察产品的历史业绩归因,区分收益是来自市场大势还是管理人的主动管理能力。只有这样,才能在低费率时代确保有持续稳健的回报。

此外,在一季度理财整体收益下滑的背景下,为扩大市场份额,多家理财公司已从单纯的低价竞争转向渠道下沉与服务差异化的双轮驱动,加速向县域及更广泛的客群渗透。浙江农商联合银行辖内嘉善农商银行相关负责人表示,银行加快布局代销银行理财、苏银理财等理财产品,通过向投

资者普及理财业绩比较基准、风险识别等知识,强化投资者教育和风险提示服务,引导投资者理性投资。

投研能力方为根本

多位业内人士认为,后续整体降费空间已十分有限。薛洪言表示,托管、审计等第三方刚性成本无法单方面减免,过度降费会倒逼机构通过各类隐性方式弥补缺口,甚至下沉资产信用资质,增加投资者风险。未来,行业费率将呈现结构性分化,同质化基础理财产品费率将维持低位,而具备稀缺资产获取、复杂策略运作能力的产品将保持合理费率溢价。

“费率降至零,更多是营销驱动的价格竞争,不可持续。”苏商银行特约研究员武泽伟认为,当费率已触及“地板价”时,理财公司必须将竞争重心从让利促销切换至净值稳定性和超额收益创造能力的比拼上。

从长期发展看,理财行业需加快回归资管本源。光大证券金融行业首席分析师王峰认为,理财公司要摆脱低价“内卷”,应进一步优化投资策略体系,在增厚客户回报的同时做好回撤控制,以更好地提升客户综合投资体验,最终摆脱“内卷式”低价竞争的困局。中国邮政储蓄银行研究员姜飞鹏建议,银行理财通过多资产多策略配置获取稳健超额收益,在“固收+”产品成为规模增长主力的情况下,需要渐进式增强权益布局,构建特色产品矩阵;同时加快转变盈利模式,从依赖固定管理费转向“规模效应+超额业绩报酬”并重。

投资者同样需要保持理性。武泽伟提醒,“零费率”不等于“零风险”,产品的最终回报根本上仍取决于其底层资产表现和风险管理水平,切勿将费率优惠作为选择产品的唯一标准。在降费潮退去之后,能够真正留住投资者的,终究是稳健的业绩回报与专业的投研能力——这才是银行理财穿越周期、赢得长期信任的根本所在。

银行理财行业的降费潮仍在持续,但“零费率”终究只是营销手段,而非长久之计。从短期看,降费确实吸引价格敏感型投资者,稳住规模基本盘;但从长期看,费率触底将直接压缩理财公司盈利空间,倒逼投研投入缩减,甚至引发恶性“内卷”。当前,理财产品整体收益已同比下滑超两成,费率减免不足以弥补资产端的收益缺口。对投资者而言,与其追逐“零费率”噱头,不如聚焦产品的历史业绩与底层资产质量。行业终将回归投研能力竞争的本源——唯有以投研实力和稳健回报赢得信任,方能穿越周期、行稳致远。

Table with multiple columns containing financial data, likely a list of bank products or financial statements. The text is very small and dense.

Table with multiple columns containing financial data, likely a list of bank products or financial statements. The text is very small and dense.