



发行联名卡、冠名、拍视频…… 瞄准年轻群体 银行靠“实力”说话

本报记者杨芳

获得年轻群体的关注,一直是各银行所为之努力的,银行业也不例外。

近几年,各大银行一改严肃精英的面貌,国风、电竞、明星、动漫等潮流IP纷纷出现在金融服务中,可见其想要攻下年轻客群,特别是“Z世代”这一代人的决心和野心。

潮流IP固然吸引了一波年轻客群,但如何依靠金融服务提升客户黏性,让这场“始于颜值”的缘分延续下去,是各大银行努力的方向。

花式玩法 银行瞄准年轻客群

什么是“Z世代”?“Z世代”是指1995-2009年间出生的一代人,他们一出生就与网络信息时代无缝对接。

这群人的成长伴随着移动支付的飞速发展和普及,他们对金钱无实物感。在他们的成长时期,互联网金融发展迅速,超前消费理念日渐普及。

记者了解到,不少95后接触的第一个透支金融产品,不来自传统金融机构,而是来自互联网平台的“花呗”“白条”。在这种情况下,如何紧跟消费潮流,抓住“Z世代”这一群体的需求点,成为传统金融机构思考的问题。

“你喜欢的,我就推出什么。”结合“Z世代”的喜好,各家银行在“颜值”上做起了文章,通过和潮流IP合作,来争夺这一年轻客群的关注。

“我就是为了‘爱豆’,才办的这

张信用卡。”市民小朱给记者展示了一张她办理的交行信用卡,卡正面图片正是明星王一博的照片,也就是小朱说的“爱豆”。“毕业后想办一张信用卡,刚好这张卡的封面是王一博,就想着既能办卡也能支持‘爱豆’。”

今年4月,交通银行信用卡宣布王一博正式担任其全球代言人,随后推出了相应主题的信用卡。小朱办理的这张信用卡,就是该行推出的燃主题信用卡。

除了时下正火的明星,年轻人喜爱的电竞、游戏、国风、视频平台等也是银行努力的方向。各大银行通过发行联名卡、冠名、拍视频等方式,将品牌和金融服务渗透进年轻人生活中的各类场景。

光大银行与《恋与制作人》合作推出联名卡,卡片通过人物uv浮雕、彩金等多种工艺制作,主要面向群体就是该游戏的爱好者。浦发银行腾讯视频联名信用卡,在免年费的同时,支持合格消费即赠视频会员,满足了追剧爱好者的需求。

招行、中信银行、平安银行等银行还通过在相应网站上传网红舞蹈视频等形式,进一步拉近和年轻人的距离。如,招行和当今Z世代聚集地bilibili合作发布了联名卡,并和该平台众多up主合作推广品牌,还在该平台开设官方账号并上传舞蹈视频,引发众多网友关注。

增加用户黏性 还得靠“实力”说话

当好看、有趣成为“Z世代”选择金融服务的标准之一时,在做好第一步后,如何在进一步拉近和年轻群体的联系,还需要银行拿出看家



本事。否则,这场“始于颜值”的缘分,也会戛然而止。

小朱就告诉记者,虽然办理了信用卡,但自己并不常用,只在旅游、大额购物时会使用。“可能是我习惯了用‘花呗’,一些日常消费都直接支付了。只有大额消费时才会想到信用卡。”

这种情况在不少年轻人身上有体现。拥有3张信用卡的小唐介绍,自己目前消费也主要以“花呗”支付为主,信用卡大多是在有优惠时会使用。“就像前段时间,工行推出了‘爱购周末’活动,在合作商家消费可以满100元减30元;广发银行推出了购买星巴克买一送一的活动。我的使用频率就上来了。”

记者梳理发现,接受采访的95后不约而同地提到,银行信用卡优惠和使用频率息息相关,优惠力度越大,优惠范围越广,他们越愿意使用信用卡。这一点,各家银行也早有所关注,并通过增加优惠形式、加大优惠力度等方式,提升用户粘性。

泰隆银行台州分行推出的吃货联盟卡,每月逢6/7/8即可在合作的商家享受1-6折的优惠,最高可优惠100元。同时,该行连续多届举办了“寻找最美店长”活动,本土餐饮商家上台展示,持卡人则有机会成为大众评审,现场参与活动。这一形式,搭建了银行、商家、用户的沟通平台,也有效提升了用户粘性。

工行的“爱购周末”、交行的“最红星期五”、招商银行的“非常周三”等都是各家银行打造的品牌活动,通过不断扩充合作商家,来提升用户的消费体验,进而增加信用卡使用率。

此外,考虑到现在的年轻人偏好在线上平台消费,各家银行还积极和平台合作,支持线上消费可积累积分。如,农行信用卡持卡人绑定微信支付,其通过微信支付完成的所有交易能获得消费积分;兴业银行信用卡用户通过微信支付(财付通)、支付宝、京东支付、美团支付、苏宁支付、小米支付、拼多多支付、唯品支付线上交易均可获得积分。

工行携手国采中心 打造普惠服务新模式

近日,中国工商银行与中央国家机关政府采购中心(以下简称“国采中心”)在北京签署战略合作协议。根据协议,双方将充分发挥银政协同效应,加强信息资源共享,以普惠金融为核心开展全方位合作,为小微企业提供“一站式”金融服务,携手打造政采普惠服务模式新标杆。

近年来,工行聚焦小微企业融资痛点难点,发挥场景数据资源和科技优势,加快普惠产品线上化、智慧化转型,打造“融资、融智、融商”的综合化服务体系。国采中心作为中央国家机关政府采购工作执行机构,依托其超10万家注册供应商提供政采对接平台,双方将以此次签约合作为契机,发挥各自在普惠金融与政采数据整

合方面的优势和经验,加快挖掘政采数据价值,开展融资场景创新,将融资服务嵌入采购业务平台,打造在线主动授信、资金一键即贷、额度循环使用的融资服务新模式。此外,工行还将围绕政采小微企业的交易结算、现金管理、代发工资等需求提供“一站式”金融服务,为企业经营发展提供助力。

在小微金融服务方面,工行坚守“人民金融”底色,综合采用增强“首贷”“续贷”服务、加大信用贷款投放、加快“数字普惠”升级等有力举措,全面提高普惠金融服务实体经济精准性、直达性、普惠性,以高质量普惠金融供给,积极融入和服务新发展格局,全力打造普惠金融综合服务标杆银行。 本报通讯员 宣

发挥跨境优势、便捷境外客户

中行推“中银指南针” 微信小程序

近日,中国银行推出“中银指南针”微信小程序,旨在依托全球化、综合化优势,为境外客户提供更优质、便捷的金融服务。

目前,市场上缺乏全面、专业、多语言的金融业务指南产品,难以满足境外客户入境后消费支付、薪酬管理、投资理财等多元需求。“中银指南针”聚焦客户痛点,整合结汇购汇、账户开立、转账汇款等常用金融产品信息,提供简体、繁体、英文三种版本,有助于帮助境外客户更便捷地了解专业金融信息,扫除业务办理盲区。

用户可通过扫码或微信搜索“BOC Compass 服务一站通”添加“中银指南针”小程序。小程序内设金融指南、牌价行情、离境退税、常见问题、境内跨境金融服务中心等五大功能版块,可提供金融产品信息展示、办理渠道介绍、货币牌价行情、离境退税说明、常见疑难问答等服务。

未来,中国银行将继续发挥跨境业务优势,持续丰富“中银指南针”小程序功能,为客户提供高效、专业、及时的金融服务。 本报通讯员 宣

多家银行发债“补血” 渠道多样化趋势明显

在服务实体经济力度继续加大、相关信贷投放规模不断增长的背景下,银行资本补充的迫切性又有所提升。银保监会公布的最新数据显示,2021年二季度末,商业银行(不含外国银行分行)核心一级资本充足率为10.50%,较上季末下降0.14个百分点;一级资本充足率为11.91%,较上季末下降0.01个百分点;资本充足率为14.48%,较上季末下降0.03个百分点。

据了解,7月以来,已有8家银行陆续通过发债实现“补血”,另有一家银行已经取得批复,即将发行较大规模的二级资本债。

合计发行超1500亿元 资本补充类债券

下半年以来,进出口银行、建设银行、宁波银行、恒丰银行等8家银行已合计发行1576.4亿元资本补充类债券。

从债券类型来看,二级资本债仍是各银行最常用的资本补充工具。7月至今,除恒丰银行、长安银行及进出口银行分别发行80亿元、30亿元

和600亿元永续债外,其余银行发行的皆为二级资本债,具体金额为:宁波银行35亿元、吉林九台农商行20亿元、邢台银行11亿元、青海互助农商行0.4亿元。建设银行发行的2021年第一期800亿元二级资本债更是创下了境内单笔二级资本债的规模之最。

根据《资本管理办法》的要求,一般银行可以通过发行二级资本债或提取超额贷款损失准备补充二级资本,但因超额贷款损失准备的提取上限限制,且被提取部分将直接反映在当期损益,影响所有者权益,故发行二级资本债更能匹配银行补充二级资本的实际需求。

据华安证券分析师刘超回顾,2017年至2020年,银行通过发行二级资本债补充的资本占资本补充总额的比值均超过了30%,具体分别为40.15%、30.26%、31.83%和35.58%。但与此同时,自2019年落地以来,永续债作为资本补充手段的重要性也在不断提升。2019年与2020年,A股上市银行分别通过发行永续债募集了4700亿元和5575

亿元,分别占资本补充总额的39.99%和58.38%,占比明显上升。

多渠道“补血”

值得一提的是,如果算上专项金融债券,银行“补血”的形式更为多样。中国货币网披露的信息显示,过去一个多月内,各类型银行还发行了包括“三农”专项金融债券、绿色金融债券、小微企业专项金融债券、创新创业金融债券等在内的多种金融债,且频次不低。

有业内人士表示,这种通过发行专项债券定向募集资金并投放专门贷款的方式,既确保了普惠相关信贷投放规模,也保证了银行自身资本充足。

现阶段,除上述已完成发行的金融债券外,邮储银行也已获准发行不超过1500亿元的二级资本债。

从当前的实际情况来看,银行发债“补血”正当其时。银保监会日前发布的银行业保险业主要监管指标数据显示,2021年二季度末,商业银行核心一级资本充足率、一级资本充足率、资本充足率均较上季末下降。

与之相对应的是稳步增长的信贷投放。2021年二季度末,银行业金融机构用于小微企业的贷款(包括小微企业贷款、个体工商户贷款和小微企业主贷款)余额47.6万亿元,其中单户授信总额1000万元及以下的普惠型小微企业贷款余额17.8万亿元,同比增速29.3%。

民生银行首席研究员温彬分析表示,商业银行补充资本是经济稳增长的需要。由于资本是商业银行自身拥有的或者能永久支配、使用的资金,用以支撑其正常经营和吸收损失,充足的资本可以为商业银行表内信贷投放提供支撑。如果商业银行资本不足,将影响信贷的投放,削弱其服务实体经济的能力。

最新数据显示,2021年二季度末,商业银行不良贷款余额2.8万亿元,较上季末增加25亿元;商业银行不良贷款率1.76%,较上季末下降0.05个百分点。

想牢牢守住不发生系统性金融风险的底线,需要进一步引导我国商业银行多渠道补充资本,形成更强的风险抵御能力。(胡杨)

名额增加! 周四、周六,农行信用卡美食享半价!

心中有梦,奋力攀登!
农行燃梦信用卡 助您梦想成真



金穗时尚生活

本栏自由 中国农业银行 冠名
AGRICULTURAL BANK OF CHINA
台州分行
客服电话:95599 40066-95599

2021年三季度,台州农行信用卡持卡人在农行掌银APP或农业银行信用卡小程序领取“台州美食半价优惠券”,每周四、周六在台州各活动门店使用本人信用卡以农行指定支付方式,享半价优惠(每券最高优惠30元,单日最高优惠60元),部分活动门店更提供诱人的优惠折扣(客户可享折上折)。

- ★优惠券可即领即用,领取后有有效期7天,过期后可重新领取。
- ★活动期间内每人每月可领2张美食半价优惠券,每券最高减30元。
- ★优惠券总量有限,每月发放5000张,先到先得用完即止。



以牛爱客牛排活动为例:活动日凭农行掌银美食活动优惠券可享85折后再半价优惠,若原价60元只需实付:80×0.85/2=25.5元,这优惠力度,你心动了吗?

领券方式

方式一:农行掌银领券。打开农行掌银,在[信用卡]-[福利中心]-[慧U惠]-[全部优惠]中选择农行美食半价优惠券领取,领取成功后有短信通知。



方式二:微信小程序领券。在“农业银行信用卡”微信小程序[生活]栏目中选择农行美食半价券领取,微信扫码可直接进入农行小程序领券。

扫码了解农行美食半价活动详情

