

本报记者 郭建杭 北京报道

农商银行在2023年的“旺季开门红”活动捷报频传，但同时农商银行还面临着超额完成存款所带来的资产经营压力。“适当扩大投放，适度下调利率”或成为部分农村金融机构近期在消费贷业务上的推动方向。

从各地公开的存贷款数据可以看到，金融机构存款任务普遍完成较好。与此同时，金融机构的贷款营销压力相对较大。央行发布的2023年1月金融统计数据显示，1月末，人民币存款余额265.39万亿元，同比增长12.4%，增速较上年同期高出3.2个百分点；人民币贷款余额219.75万亿元，同比增长11.3%，增速较上年同期低0.3个百分点。

在此背景下，农村金融机构开始了“花式营销”，多措并举提升贷款营销质量，从产品类型到贷款利率，再到营销方式，都在积极推陈出新。《中国经营报》记者注意到，从利率上来看，部分中部省份农商银行的消费贷产品年化利率最低可到3.65%；从产品供给来看，围绕农机农具、挂钩绿色消费等主题的创新型消费信贷产品出现。

对于近期农商银行在消费贷业务上的积极变化，有业内人告诉记者：“农村金融机构的消费贷业务量整体有所增加，但利润压缩得很厉害。说到底就是市场更‘卷’了。但是，农商银行的消费贷产品利率下探空间不如其他类型的商业银行空间大，所以利率出现适度下调，但利率尚无法成为农商银行发展消费贷业务的重要‘抓手’，还需要其他竞争策略。”

消费贷“花式”创新

记者注意到，在消费贷产品的营销推广上，部分农商银行通过线上消费直播等方式吸引用户。如农商银行消费贷产品中较为知名的重庆农商银行“愉快贷”，在2023年第一季度持续推出了诸如“直播消费节”“发放消费金，直播代金券”等营销活动。

部分中部省份农商银行则通过与生产厂家、商贸企业、电商平台等开展合作，以联合促销、联合贴息、发放消费券等方式，促进汽车、家电及电子产品等消费。满足新市民在教育、租房、置业、装修、医疗、养老等领域的合理消费需求。支持消费金融服务向农村延伸，推动品牌消费、品质消费进乡村。

在具体的消费贷营销举措方面，青农商行（002958.SZ）方面告诉记者，为全力以赴满足岛城市民消费融资需求，该行在广泛开展线上宣传的同时，以全市最多的线下网点渠道为依托，统一制作宣传海报，组织人员加强厅堂宣传推介。而且充分借

助持续推进的“网格化服务”举措，进村入社区，走进工厂企业，由工作人员上门面对面讲解，针对消费复苏、消费升级中居民在住房装修、购买家具家电、购车以及教育消费等支出，差异化、合理化推介产品。

而在利率方面，部分中小农商银行的消费贷产品利率较为吸引人。据了解，河北省香河农商银行近期推出了消费贷款“公薪贷”，年化利率低至3.65%；广西凤山农商银行发行了桂盛易农消费贷，最低可实现3.7%的年化利率。

此外，还有头部农商行下调了消费类产品的贷款利率。

记者了解到，青农商行在2022年下半年就下调了消费类产品的贷款利率。“市民信用贷”在2022年8月时的最低年化利率由4.35%下调至3.95%，今年有计划根据市场需求适时调整利率。此外，青农商行多个信用卡分期业务的利率降幅较高，信用卡现金分期业务最高由年化利率13.27%下调至4.57%，账单分期业务由最高年化利率13.27%下调至6.78%；信用卡装修分期业务也于2022年6月将年化利率由最高5.69%降低至最高4.57%。

在消费贷产品的供给上，农商银行方面也有了创新型消费贷产品。

记者了解到，广东韶关乐昌农商银行近日落地碳普惠消费贷，该产品可满足市民的绿色消费信贷需求，将个人消费贷款的额度、利率、客户等级等与个人的碳普惠行为挂钩，引导借款申请人通过响应“双碳”目标政策，更加积极主动购置绿色产品、践行绿色出行、消费绿色能源等。

青农商行则围绕不同客群提供专属产品，提高不同客群金融服务的可得性和便利性。如面向市民群体开发了线上个人消费贷产品“市民信用贷”，同时面向新市民，青年人客群推出“赁e贷”线上信用类信贷产品等。

农村金融机构在面对激烈市场竞争时，应该如何提供差异化消费贷产品？

有专家在采访中告诉记者，农商银行正在探讨如何整合供销社资源，完善农资、农产品现代流通服务，打造去中间化的供应链体系，形成县、乡、村三级配送营销体系，构建现代流通服务网络体系，在这个链条中嵌入信贷产品。

众所周知，随着2022年下半年商业银行陆续下调存款利率，农商银行在微调存款利率后，成本仍高于当地其他商业银行。在大部分农商银行的负债结构中，零售存款期限较长的定期存款占比过高，存款付息成本居高不下。虽然目前消费贷产品在农商银行的整体资产规模中占比偏低，但与此前相比整体仍有崛起迹象，且随着提振消费政策倾斜和多家农商银行的零售战略调整，下半年农商银行在消费贷业务上发

力趋势不减。

为新型消费扩容

针对近期的消费贷回暖，有业内分析人士认为，2023年一季度农村金融机构吸纳了超额存款，“开门红”存款完成较好，息差压力进一步增加。对于接下来的资产端策略，部分银行亟须寻找释放窗口。

公开报道显示，某省农信联社在“开门红”行动39天时间内，净增存款突破1000亿元，提前10个多月完成全年任务，创同期历史新高。此外，多家省农信联社公布的数据提到，存款余额持续位居全区银行业第一位。

央行2月10日发布的数据显示，1月新增人民币存款6.87万亿，同比去年增3.05万亿，其中6.2万亿元为个人存款。与此相对应的，则是贷款投放方面面临压力。央行发布的数据显示，个人住户贷款总额2572亿元，其中短期消费贷款341亿元，中长期住房贷款2231亿元，中长期住房贷款低于去年同期。

在“坚决贯彻落实扩大内需战略规划纲要，尽快形成完整内需体系”“推动消费加快恢复成为经济主拉动力”的要求下，近期的国务院常务会议提出，要推动帮扶生活服务业企业和个体工商户纾困、促进汽车等大宗消费政策全面落地；组织开展丰富多样的促消费活动，促进接触型消费加快恢复；合理增加消费信贷；因城施策用好政策工具箱，支持刚性和改善性住房需求，做好保交楼工作。在不久之前，银保监会主席郭树清在讲话中也提到，“要以满足新市民需求为重点，开发更多适销对路的金融产品，鼓励住房、汽车、绿色家电等大宗商品消费，为新型消费和服务消费提供信贷支持和保险保障。”

未来，农村消费市场将迎来较大发展空间。

全国政协委员、重庆市政协副主席、台盟重庆市委主委王昱就公开表示，在即将召开的全国政协十四届一次会议上，准备就进一步激发农村消费潜力提交提案，为农村实现消费扩容提质建言献策。对于如何挖掘农村消费潜力，王昱认为，应推动大宗商品下乡，通过举办商品展销会、消费节等方式，推动汽车、家电、手机等大宗商品升级换代，推动农村消费扩容升级。同时，加强对农村地区采购大宗商品的政策扶持，中央资金加大对消费电子、家电、农机购置等补贴力度，继续挖掘农村消费潜力。

2月13日，《中共中央国务院关于做好2023年全面推进乡村振兴重点工作的意见》，即2023年中央一号文件正式发布。文件指出，加快建设农业强国，建设宜居宜业和美乡村，并提出9大重点任务。中航基金首席经济学家邓海清认为，“广大农村

是中国扩内需的一个非常重要的抓手，对未来农村地区居民收入的增长以及相关产业的夯实，有着非常重要的意义。”

值得注意的是，2022年中央一号文件也曾明确指出，要“实施县域商业建设行动，促进农村消费扩容提质升级”。

目前，已有一些省份在带动农村消费增长方面着手相应的落地举措。例如，甘肃省商务工作会议上提到，将开展提升县域商业建设行动，以县、乡、村三级商业网络体系、农村物流配送为抓手，加快补齐农村商业设施短板，创建一批县域商业体系示范县，带动农村消费增长。