

商业银行促消费部分代表产品一览

产品名称	推出的银行机构	面向对象	定位或特色	申请路径
工银“兴农通”APP	工商银行南京分行	“三农”客户	全面覆盖农业生产、管理、销售、村务经营和农村金融服务各个方面	全国各大城市应用市场及工行门户网站下载使用
建行快贷	建设银行南京分行	行内代发工资客户、公积金客户、房贷客户以及行内金融资产客户	满足信贷日常消费需求	建行手机银行全流程线上申请
惠民贷	交通银行江苏分行	行内代发工资客户、房贷客户、借记卡客户以及行外公积金缴存客户、社保缴存客户、优质小微企业客户	满足信贷日常消费需求	交通银行手机银行、公众号、小程序、H5等渠道
闪电贷	招商银行南京分行	在家装修、购车、家电采购、旅游等日常消费用途和个人经营用途上有需求的市民	不用跑网点、不用提交纸质材料、不用担保、全流程线上信用、符合申请条件最快60秒下款，最高30万总额	招商银行手机银行APP
宝应贷	中信银行苏州分行	18-70岁、在合作楼盘购房单位的个人客户	纯信用、无需抵押担保、放款灵活	全流程线上办理
秒贷	广发银行南京分行	我国25-55周岁的大陆居民，有社保或我行代发工资记录等，有稳定工作收入的工薪人士	满足信贷日常消费需求	广发银行手机银行、广发银行公众号、H5等渠道
京e贷	北京银行南京分行	南京、南通、无锡三地居民人群，年龄在21(含)-55(含)周岁，具有稳定工作能力	家装装修、购车、出国旅游等大额消费，纯信用，授信额度最高20万元，留痕有款期限长3年，使用灵活，随借随还。	线上申请，方便快捷
微网贷	南京银行	为优质行业、优质企业和重点企业从业人员提供信贷服务便捷渠道	网新网贷贷款	南京银行APP、南京银行鑫悦序、二维码及“我的实惠”、“悦动微民有”第三方平台

B、扩内需 活动异彩纷呈

记者：今年以来，为赋能消费拉动内需，银行举办了哪些相关活动？

刘睿：一方面坚持走进社区、走进企业、走进园区，结合金融知识普及和宣传活动，为客户上门提供便捷的消费信贷服务，全年共开展企业行、社区行上千场，惠及客户上万人；另一方面积极融入智慧政务建设，重点对接线上政务民生服务平台，为客户提供更好的综合金融服务。目前，已成功配合泰州大数据中心在“泰州通”APP嵌入我行“惠民贷”产品，为当地居民申请消费信贷提供便捷的渠道和窗口。

李欣：今年以来与南京商务部门深度联动，联合南京市内优质商业综合体，先后投入数千万元消费券，支持全市各区消费促进活动。（下转T3版）

（上接T2版）如“鼓楼星推官”发布仪式、“抱住绿码”建邺吾悦消费节、“畅享栖霞”消费周等活动。在助力建设“城市一刻钟便民生活圈”方面，今年5-6月扎根社区，先后与全辖30余个邻里社区开展“西瓜一分购”社区微型西瓜节活动，通过给居民发放西瓜消费券，社区居民仅花一分钱即可购买一只正宗横溪西瓜。活动现场，居民还可以参加吃瓜PK、套瓜游戏、掂瓜大赛等各种西瓜主题的趣味活动，这种“接地气”的活动既将南京好西瓜送到南京市民手中，又帮助瓜农解决了疫情下西瓜滞销的困境，得到了社区和居民的一致好评。此外，今年8月，省分行还作为独家金融服务机构为“2022中国(南京)首店经济发展推介会”提供了多方位支持，

大会期间独家发布“南京市首店入驻定制金融礼包”，为南京市首店经济发展政策提供了金融服务领域的有力补充。中秋期间还联动浦口不老村、朝天宫明瓦廊、长江游轮、后备箱市集等各类商文旅产业，特别开发上线惠及G、B、C端的消费券发放平台，开展“传奇之夜”、“相约不老”、“万物集”等线下消费节。

胡逸伦：通过在大型商户(如装修公司、家居卖场、旅行社、二手车市场等)中为消费者提供快捷的融资服务，改善消费者消费观念，促进放心消费、无忧消费、升级消费——自己的钱消费，银行的钱备用。

胡锐：今年以来，尤其疫情后复工复产阶段，积极联合各大合作汽车经销商，面向客户推出了多场“购车好贷遇”专场活动。为在活动经销商购车并成功办理我行汽车消费贷的客户，配置了支付宝红包等专属权益，通过“贷款+权益”的方式，进一步激发了消费者的贷款购车需求。

浙商银行：嘉年华团办“申请e消费产品，同一单位成功申请满五人可享受最低优惠费率，同时有丰富好礼赠送”。

南京银行：今年7月率先启动“新市民生根计划”，将新市民群体具象为城市新青年、城市劳动者，以及城市创业者三大类，一方面通过产品创新为新市民提供高效便捷的金融服务，另一方面通过特色化宣传为新市民提供情感关怀、建立情感共鸣。同时，依据客户标签体系实施精准分类，建立全流程、过程化客户运营机制;定期开展“要发节”限时用款活动，重点打造你好e贷“5·18超级福利节”活动，扩大利率优免客群覆盖范围，降低消费居民融资成本。

C、挖潜力 创新此起彼伏

记者：在支持消费升级方面推出了哪些创新举措，打造了哪些创新消费场景？

刘睿：线上化方面，信用消费贷款支持居民线上自助申请、秒批秒贷、随借随还;场景化方面，为满足客户衣、食、住、行、教、医各类多样化需求，先后打造了惠民就医、惠民车位贷、惠民装修贷、惠民信用付、惠民汽车场景贷、惠民教育场景贷等产品，将消费信贷无感渗入生活场景;数字化方面，通过大数据分析，实现成本可控下的“千人千面”，针对不同区域、不同场景、不同客群快速配置专属信贷产品，满足个性化需求。

李欣：交通银行信用卡以用户需求为导向，一直致力于丰富消费场景，深化生活服务布局。在持续布局线上线下衣食住行等多维度场景的同时，还基于“最红星期五”进一步跨界融合，联动包括生鲜蛋糕、外卖、视频、生活缴费等在内的多元渠道，打造用户生活、消费全场景服务。

胡逸伦：近年来，招商银行围绕新市民“安居”主题，推出了“车位闪电贷”“装修闪电贷”。针对一手楼配套车位、装修包业务，创新推出了专属融资产品。业主无需提供繁琐资料，只需简单扫码，即可申请到10年期的信用贷款，通过低成本的融资产品，大大降低了一手楼业主的资金压力。

胡锐：2020年5月升级推出了“E流程”汽车消费贷款产品，支持最高贷款金额50万元，采用纯信用方式，客户只需下载安装我行手机银行APP，即可在线完成贷款办理，最快当天即可放款提车，极大提升了业务流程体验。2021年初我行又对车位贷、装修贷产品系统流程进行了优化升级，客户只需登录手机银行APP，填写简要的个人信息，提交申请后系统自动进行审批，审批通过后客户在线完成贷款签约、放款操作，实现了全流程线上化办理。

南京银行：围绕不同类型消费场景及需求，今年我行设计开发了装修贷产品，支持居民住房配套的消费需求。面向新毕业的“城市新青年”，及时调整诚易贷、匠客贷、创客贷等产品部分准入政策，针对指定“人才公寓”新市民住户还可享受团办利率优惠。

北京银行：一是为紧密切合市民消费需求，大力发展具有真实消费场景的汽车贷款业务，与“花生好车”平台开发新车租赁线上贷款业务；二是为紧密切合市民创业经营需求。创设个体工商户信用贷款产品——“京商宝”，服务他行信用类经营贷产品暂时难以覆盖的长尾客群。同时，所推出的个人经营性贷款——“提放保”产品，大大减轻了客户他行的转贷成本，稳定了客户经营企业的融资预期，全力支持其复工复产。

D、显担当 举措行之有效

记者：围绕促进消费推出的产品、活动和创新性举措具体成效如何？

刘睿：我行持续推出“惠民贷”利率优惠活动，全年服务客户数近10万人，累计提款金额近100亿元。疫情纾困方面，综合运用还款宽限期、调整还款计划等方式为受疫情影响客户解难纾困，今年开展疫情纾困服务所涉及的个人贷款超过1亿元。

李欣：交通银行信用卡通过开展最红星期五、超级最红星期、周周刷等品牌营销活动拉动消费额，品牌影响力逐渐增长。近年来先后在21世纪金融年会上摘得“2017年度卓越白金信用卡”、“年度首届蓝莓大赏”、“年度最佳信用卡”等奖项。手机银行方面，通过丰富城市服务分行特色业务提升手机银行消费场景，7-12月持续开展手机银行“扫码付周周惠”活动，通过线上线下一体化，与头部商超合作，保消费促民生，目前已上线江苏省内百果园、711、罗森、回味、一鸣等知名商户超1500家门店，苏果超市、金丝利零售、十足便利、泸溪河等近3500家门店也将

于近期上线，活动参与商户总计超10家，覆盖门店超5000个。

胡逸伦：“闪电贷”目前累计已为南京近34万市民提供家庭备用金服务，近10万市民使用“闪电贷”作为日常消费周转，余额规模近百亿元。从客户体验情况看，“闪电贷”通过信用支撑和大数据、互联网金融的整合应用，贷款申请、审批、提用款、还款全流程均通过招行手机银行操作，充分满足了客户一站式体验和市民消费、家装、家电采购、旅游、经营等多种需求。

胡锐：通过持续优化升级消费贷产品，我行获取了大批优质客户。“E流程”车贷产品推出2年多累计投放贷款5.5亿元，帮助超过3600位客户圆了轻松购车梦；线上车位贷推出1年多累计投放贷款1.1亿元，帮助超过1000位客户实现了停车自由。我行消费贷相关产品在苏州市场树立了良好口碑，得到了消费者的一致认可。

浙商银行：消费分期及专项分期类产品以热情的服务、便捷的产品、专业的团队获得了良好的市场口碑，后续需加强产品多样性，为各色消费场景提供产品支持。

南京银行：今年，NCard持续创新迭代，在业内首推信用卡付费会员体系—N+会员，以“付费会员形式萃取核心客户”的新玩法，不断满足年轻客群个性化需求，推出一年多时间，累计发卡量将近100万张。

E、再规划 助力安居乐业

记者：后续在支持消费方面还有哪些新想法、新规划？

刘睿：下一步我行将深入贯彻国家及监管部门对于服务新市民的工作要求，履行国有大行使命担当，不断加强产品优化创新、完善服务供给，提高交行新市民金融服务的可得性和便利性，满足新市民在创业、就业、住房、教育、医疗、养老等重点领域的各类需求，助力增强新市民的获得感、幸福感、安全感。

李欣：拟将“老字号”和“新消费”结合，服务品牌活动，增强老字号发展活力，提升品牌创新能力和发展水平。持续扎根社区，对于居民日常生活中高频消费的餐饮、民生、文化等场景，投入专享资源向居民发放消费补贴，举办“生活圈消费节”，实现建设“社区消费，交行惠”、“社区需求，交行帮”、“社区金融，交行理”的多行业融合消费生态，为社区消费生态注入新活力。交通银行信用卡也将不断洞悉行业发展趋势，与更多具体场景紧密结合，无缝融入用户生活、消费的各个方面。应对疫情带来的经济增长乏力，消费疲软问题，我行拟围绕商圈、医疗、民生、餐饮等多方面，打通BC端消费，营造多行业融合互动消费，积极构建以消费者体验为中心的大生活金融生态，把方便实惠交给每一位用户。

胡逸伦：与更多公信力机构开展政银合作对接，通过大数据，更稳健更高效地开展金融支持消费领域的工作。通过与政府相关部门建立数据对接，为客户提供优质便捷的消费贷款服务。

胡锐：目前我行装修贷产品合作的装修公司、家居卖场数量相对偏少，可辐射的客户面较为狭窄。拟进一步拓展合作商户面，助力更多客户实现美好家居梦。下一步我行将借力总行即将上线的新个贷“鲲鹏”系统，不断完善以个人信用为基础的“信用+”产品架构，持续优化各类消费贷款产品办理流程体验，探索个人贷款在健康、教育、出行等消费领域的应用，构建更为开放融合的场景化生态体系，为消费者提供更加全面、更为迅捷的消费贷款服务支持。

浙商银行：继续做好消费升级工作，扩大消费群体，拓展消费新场景。随着绿色低碳理念的不断发展，将推出绿色分期相关产品。

南京银行：不断丰富消费信贷产品及服务，推进互联网平台产品输出，提高消费者贷款可得性、额度申请及用款便捷程度，提升对居民场景化消费的信贷支持力度。

记者 赵琦薇