

提升消保意识 守护消费平安

“3·15”国际消费者权益日到来之际，在阳江金融监管分局指导下，辖内金融机构紧扣“清明金融网络 守护安心消费”主题，立足辖区实际，整合行业资源，以一系列接地气、有温度的举措，推动金融消费者权益保护教育宣传走深走实，让消保春风真正吹进群众心坎里。

■ 阳江日报记者/何成众 ■ 通讯员/杨露 张淑莹 敖健生

◎ 阳东金融监管支局

金融消保服务大厅“走”出去

怎样提升消保服务的知晓度，让更多群众了解消保、走近消保？阳东金融监管支局给出的答案是：把金融消保服务大厅“搬”到群众身边。阳东金融监管支局精心制作了消保服务大厅微缩景观模型，将实体大厅的“三窗一厅”服务特色和维权流程浓缩其中，这个模型不仅是工作缩影，更成了宣传活动的“吸睛利器”。在户外集中宣传现场，微缩模型一经亮相便围满好奇的群众。群众围观时，阳东金融监管支局工作人员边答边讲，通过这种直观生动的展示，让无法亲临实体大厅的群众也能零距离了解消保服务，无形中拉近了金融服务与百姓生活的距离。

“圩日”摆摊进集市。“圩日”人头攒动，正是开展宣传的好时机。阳东金融监管支局组织辖内银行保险机构组建起网

格化“消保宣传队”，抓住“圩日”这一有利时机，深入集市开展流动式宣传。“圩日摆摊”定点讲、网点“厅堂小课堂”互动学、“周边商户”上门送，三种形式相互配合，让金融知识如涓涓细流浸润乡间。“消保宣传队”用乡音土语，结合身边人身边事，把防范非法金融中介、识别电信诈骗的“干货”讲得通俗易懂。

阵地宣传辐射场馆。阳东金融监管支局注重发挥阵地宣传的辐射效应。在阳东区体育馆，阳东金融监管支局指导银行机构举办的集中宣传活动吸引了众多市民参与。阳东金融监管支局及银行机构工作人员通过派发图文并茂的宣传资料，设置专业的咨询台，面对面解答群众关于个人征信、银行卡安全等方面的疑问。这种“面对面”的互动交流，让金融服务真正对接上群众需求。



市民在观看消保服务大厅微缩景观模型。何成众 摄

◎ 中国银行阳西支行

为快递员送上金融课

3月12日，国家金融监督管理总局阳西监管支局联合中国银行阳西支行走进韵达快递阳西服务站，为快递员们上了一堂生动的金融知识课。

外卖员是新市民群体的重要组成部分，他们穿梭于大街小巷，工作强度大、与互联网接触频繁，却往往因忙碌而缺少系统了解金融知识的渠道。活动现场，该行工作人员通过设立咨询台、发放宣传折页、面对面讲解等方式，使用通俗易懂的语言、结合真实案例，向快递员们重点普及了电信网络诈骗、非法集资、个人信息

保护等金融知识。结合快递员日常工作中可能遇到的诈骗场景，工作人员用通俗易懂的语言剖析了“刷单返利”“冒充客服退款”“共享屏幕诈骗”“银行卡非法寄递倒卖”等典型案例，提醒大家切勿轻信陌生来电、不轻点未知链接、不随意透露银行卡密码和验证码，守好自己的辛苦钱。

为了让金融知识传播得更广更远，工作人员还将“3·15”主题宣传海报张贴在快递三轮车上，让每一辆穿梭在大街小巷的配送车都成为“移动金融宣传站”，把金融安全知识传递给更多市民。

◎ 阳江农商银行

寓教于乐开展宣传

3月12日晚上，阳江农商银行在市区鸳鸯湖公园开展2026年“3·15”金融消费者权益保护教育宣传活动。

活动现场，该行工作人员紧扣“清明金融网络 守护安心消费”主题，精心布置了教育区与游戏区。为营造浓厚的活动氛围，该行工作人员在教育区悬挂宣传主题横幅与夜光彩灯、展示宣传主题板、摆放金融知识宣传折页，向市民群众派发宣传折页，与现场群众面对面交流防范非法金融活动的方式方法，针对非法代理退保理赔、职业背债人、过度索取个人信息、银行卡境外盗刷、互联网贷款乱象等问题，加强消保提醒

提示，帮助群众远离防范相关风险侵害。

在游戏区，该行工作人员采用寓教于乐的方式，以操作简易安全、互动趣味性强、“重锤打击非法金融活动”有奖游戏为互动载体，将不正当催收、恶意逃废债务、电信网络诈骗、非法集资、洗钱活动、非法存贷款中介、虚假征信修复等非法金融活动制作成图形化模型，由群众拿起大锤子快速击落指定目标，让市民群众真正投身到参与打击非法金融活动中，在游戏娱乐中提高金融风险防范意识。

本次活动共发放宣传折页800余份，解答市民群众现场咨询约200次。

抢滩“一人公司”：

银行如何押注下一个“万店计划”？

今年以来，“一人公司”（OPC）的创业概念随着人工智能（AI）的发展而火爆。一个人即一个公司的组织形式迅速在多地得到推广，江苏、广东、安徽等先后发布征求意见稿，部分地区拟对这类公司进行政策补贴。

据贝壳财经记者了解，近期已有多家银行启动了针对“一人公司”的金融支持方案，并积极寻找一个OPC资源，为其提供金融服务。部分银行直言“非常看好OPC公司的发展前景”，认为这是一个规模巨大且快速增长的潜力客群。但也有银行选择观望，“虽然高度关注，但OPC风险识别仍是难点”。

多位业内专家认为，银行尝试做OPC公司的金融服务，是银行基于对市场趋势的前瞻性判断，也是银行在有效融资需求不足情况下寻找新的业务增长点而努力与尝试。但银行必须清醒地认识到“一人公司”的特殊风险，并建立起有效的风控策略。

寻找未来“独角兽”多家金融机构入局OPC

今年以来，随着多地针对OPC优惠政策的出炉，多家金融机构正在积极布局支持OPC产业的发展，各类金融服务悄然上线。

常熟农商银行向贝壳财经记者表示，基于苏南活跃的人工智能市场氛围非常看好OPC公司的发展，在AI工具全面普及的背

景下，“一人公司”已具备完整商业能力，业务边界极大拓展。因此，常熟农商银行研究推出了一整套针对OPC公司的金融方案。

今年，常熟农商银行围绕OPC进行了产业研究，该行目前首批聚焦AI+工业制造、AI+电商新零售、AI+专业服务三大赛道，推出了针对OPC的“创易贷”“算力贷”专属产品，同时为OPC客户开放银行自身业务场景。

据贝壳财经记者梳理，江苏银行亦推出OPC综合金融服务方案，以综合结算服务为基础，以苏银管家数字化经营平台为核心载体，整合账户管理、支付结算、资金调度、财税发票、薪税管理、票据服务、融资支持、生态链接于一体，形成“开户即服务、经营即数据、周转即信用、成长即生态”的全周期支持体系。

交通银行苏州分行推出“OPC创业人才贷”，该产品为纯信用贷款，免担保、授信期三年，并享有利率优惠、随借随还等政策支持，旨在为苏州打造“OPC创业首选城市”提供有力的金融支撑。

此外，南京银行、浦发银行青岛分行、青岛银行等多家银行亦纷纷发帖入局，账户开立、支付结算、信用贷款等均成为银行支持OPC公司发展的重要业务。

“现在OPC虽然仍处于发展的早期阶段，但也许下一个科技领域的‘独角兽’就在这些OPC里面。”一位华东地区城商行内部人士向贝壳财经记者表示，谁能抢先为他

们提供开户、结算、信贷等基础金融服务，谁就能在未来与这些可能成长为“独角兽”的企业建立长期合作关系。与此同时，这也能够更好地贯彻金融监管部门对“首贷户”的政策引导。

南开大学金融发展研究院院长田利辉认为，“一人公司”的兴起是AI技术重塑生产关系的必然产物，是“新质生产力”在微观层面的具象化呈现。银行入局这一赛道，是金融服务从“重资产抵押”向“技术信用化”转型的标志性事件。

“让子弹飞一会儿”，有银行选择“密切关注”

与上述银行不同，一些银行科技金融业务相关负责人对银行做OPC公司的风险表示担忧。

一位江苏地区的银行科技金融业务负责人直言，目前所在的银行对“一人公司”的发展持观望态度。

“银行也在高度关注OPC的发展情况，但从银行信贷的角度而言，OPC公司往往质量参差不齐，如何识别OPC的风险点仍是难题之一。”上述银行人士表示，现在AI应用的领域过多，部分领域的“一人公司”存在发展的“天花板”。不成熟、看不清是银行做OPC业务中难以避免的问题，因此她所在的银行选择的策略是“让

子弹飞一会儿”，并且推出针对OPC的信贷产品，但也为OPC提供开户、支付结算等金融服务。

任何风口都少不了投机者。目前市面上已经出现了大量打着“一人公司”旗号的培训机构和孵化器，兜售高价课程或收取入驻费。“一个公司”注册容易，但成功确实不易。发展OPC金融机遇与挑战并存。

招联首席经济学家、上海金融与发展实验室副主任董希淼表示，对银行来说，应精准识别并赋能这一新兴的“超级个体”群体。传统以固定资产、财务报表为核心的评审方式，在“一人公司”身上几乎失效，银行应建立一套全新的多维信用画像模型，比如将行业前景、知识产权、技术方案、核心算法、订单合同、个人征信等“软信息”转化为可量化的信用指标，科学评价、精准识别有发展潜力的“一人公司”。银行必须清醒地认识到“一人公司”的特殊风险，并建立起有效的风控策略。

田利辉也指出，一人公司的崛起有其深刻的产业逻辑。“一人+AI”模式让个体独立完成研发、设计、市场全流程成为可能，直击垂直领域的细微需求。有的银行基于实控人、知识产权、行业前景五维画像进行信用授信。这说明银行正从“资金供给方”转型为“数字财管家、成长伙伴”，用技术破解轻资产创业者“缺抵押、首贷难”的核心痛点。

据《新京报》

喊话尽快销户 实施动态调整

银行集体收缩 黄金业务风控防线

受美联储降息预期、地缘政治、美元信用等多重因素影响，国际金价在5000美元关口反复博弈。金价震荡的同时，“银行金条越来越难买”“金价下跌却买不进”“黄金9点开卖9点01分售罄”等话题纷纷冲上热搜，这背后，正是多家银行密集收缩贵金属业务风险防线的举措。分析人士指出，银行对贵金属业务的整体调整，是剥离高风险经纪类业务，保留低风险、符合自身核心定位的业务，同时通过提高门槛、筛选客户等方式，让留存业务更适配银行的风险承受能力和监管要求。

银行发声催办解约

3月17日，民生银行发布公告称，当前贵金属市场波动剧烈，为防范市场风险，再次提醒尚未完成贵金属业务解约的个人客户尽快办理延期合约平仓/库存卖出、出金和解约操作。该行将持续推进代理贵金属业务的解约工作。

具体来看，这一情况源于民生银行2022年6月21日、2023年1月17日发布的《关于调整代理个人贵金属现货及延期业务交易权限的公告》《关于代理贵金属业务调整的公告》。根据公告内容，该行已于2022年7月22日下午收市起关闭代理上海黄金交易所个人贵金属现货及延期交易业务的买入及开仓交易功能；于2023年2月1日收市起对无现货库存、无延期持仓的客户进行代理贵金属业务解约注销，客户保证金将自动出金至签约账户。而此次“旧事重提”，也是民生银行再次“催办”尚未解约的个人客户尽快平仓、出金、解约相关业务。

无独有偶，3月17日，邮储银行亦发布《关于停办代理上海黄金交易所个人贵金属交易业务的公告》，并表示，若截至2026年3月27日0时仍有用户未完成操作，为保障用户账户的安全与权益，该行将对相关账户执行强制平仓或库存卖出操作。强制平仓或库存卖出后的资金，将自动划转至客户代理金账户关联的该行结算账户。

事实上，除上述银行外，平安银行、兴业银行此前也表示，将对上海黄金交易所代理个人贵金属交易业务进行调整。其中，平安银行自2026年4月1日起视情况逐步关闭相关业务权限并退出该业务。针对存量客户，银行提示需在3月31日前尽快登录“聚金宝”软件或到营业网点办理平仓、库存卖出、资金转出及业务解约等操作。

对此，上海惠康实业有限公司首席分析师蒋舒指出，商业银行代理贵金属业务的收缩，并非由单一市场因素驱动，而是监管导向、行业风险事件叠加银行业务自身特性等多方面共同作用的综合结果。“这一收缩趋势，实际上与金价的涨跌并无直接关联。”蒋舒分析道，国内商业银行涉足贵金属代理业务，源于特定的历史背景。

“但后来，行业内出现了个别风险事件，促使监管层进一步明确：商业银行的核心定位是稳健经营，不宜跨界开展大宗商品经纪类代理业务，核心目的是防范储户因高风险投资遭受损失，这也成为推动银行贵金属业务收缩的关键‘加速器’。”蒋舒进一步说道，从业务收缩节奏来看，银行的贵金属代理业务在过去五年间始终处于战略收缩阶段。

苏商银行特约研究员武泽伟也认为，这一现象主要源于市场风险、业务性价比与监管合规要求的叠加驱动。从市场风险来看，贵金属价格波动剧烈，带杠杆的延期交易极易出现穿仓风险，个人投资者为风控相对薄弱，银行作为会员单位需承担清算垫付责任，风险敞口持续扩大。从业务价值来看，代理贵金属交易佣金收入有限，却需要银行投入大量资源进行风控和合规管理，进一步压缩了利润空间。此外监管对于投资者保护的要求不断提升，银行需投入更多成本进行投资者教育和风险监控，这种投入与风险的不对等促使银行重新评估业务价值，主动收缩业务防线以防范潜在风险。

积存金业务有望随行情变化松动

除了直接清退存量客户、退出相关贵金属代理业务，多家银行也通过限额管理、动态调整点差等方式，对积存金业务频频“踩刹车”，进一步筑牢风控防线。

其中，建设银行明确表示，为进一步做好风险防范，该行将自3月4日起对建行金（含易存金）实施动态交易限额管理；工商银行则在公告中指出，自2026年2月7日起，在周末以及法定节假日等非上海黄金交易所交易日，该行将对如意金积存业务进行限额管理，限额类型包括全量或单一客户单日积存/赎回上限、单笔积存或赎回总量上限等，并进行动态设置，提金不受影响；晋商银行也表示，如遇市场持续剧烈波动，该行将根据实际情况适时调整黄金账户买卖交易点差。

那么，银行密集调整贵金属业务，会对普通投资者产生哪些影响？武泽伟表示，直接影响主要体现在三个方面：交易灵活性下降、业务准入标准提高、杠杆交易工具不可用。对于存量客户而言，核心是密切关注银行发布的相关公告，严格按照截止日期，及时办理平仓、出金和解约操作。

同时，武泽伟也给出建议，若投资者将黄金作为个人长期资产配置的一部分，可选择实物黄金、积存金或黄金ETF等产品，科学评估自身风险承受能力，避免采用非自有资金进行黄金投资。当前金价经历短期快速上涨后存在价格波动压力，投资者应对这类风险予以充分关注。

据《北京商报》

货基收益率破“1”在即

仍是居民财富配置“压舱石”

货币基金的收益率“1”时代正在接受挑战。目前，7日年化收益率不足1%的货币基金数量占比已超过10%，国内规模最大的货币基金最新7日年化收益率已下行至1.001%。

业内人士认为，货基收益率或仍保持下行趋势，但货基规模并不会和收益水平挂钩，货基在居民财富配置中承担着重要的流动性管理功能。

财联社据Wind数据统计，截至3月17日收盘，在全市场有统计的约950只货币基金（份额分开计）中，已无7日年化收益率触及及2%的产品。7日年化收益率不足1%的货币基金的数量已超过100只，占比近12%。另外，

接近半数的产品7日年化收益率在1.21%以下。与之相对的，2025年末，个别货币基金的7日年化收益率还能触及2%，不足1%的产品数量占比约8%，彼时货币基金的7日年化收益率中尚有1.28%。

此外，作为国内规模最大的货币市场基金，天弘余额宝的最新7日年化收益率已下行至1.001%，破“1”在即。

天弘余额宝在四季报中表示，年底非银跨年资金价格上升，积极的融出使收益率在年底有所提升。但跨年随着资金价格的下降，收益率会重新回落。

由于收益率下行，货币基金频繁触发了

基金合同中关于管理费的相关约定。3月18日，兴证资管金麒麟现金添利货币市场基金公告，基金管理人于2026年3月16日将管理费费率由0.70%调整为0.30%。

根据基金合同等关于管理费的相关约定：“当以0.70%的管理费计算的七日年化暂估收益率小于或等于2倍活期存款利率，基金管理人将调整管理费为0.30%，以降低每万份基金暂估净收益为负并引发销售机构交收透支的风险，直至该类风险消除，基金管理人方可恢复计提0.7%的管理费。”

根据国有六大行最新披露的存贷款利率，

活期存款利率均为0.05%。换言之，若按照原定管理费费率计提，进行相关操作的货币基金7日年化暂估收益率已不足0.1%。

业内人士认为，货币基金对居民财富配置而言，其主要作用并非增值，而是凭借其超高的流动性，承担着流动性管理功能，堪比财富配置“压舱石”。

财通证券固收首席陶修平团队的研究指出，在低利率环境和资金面保持宽松的背景下，货基收益率或仍保持下行趋势，但我国资本市场存在其特殊性，整体货基规模并不会和收益水平挂钩，还是要看收益之间的相对比价。

据财联社