

岁末年初，为了给亿万客户奉上硬核而又有趣的“年终奖理财攻略”，为期一个月的“全民招财节”于1月19日正式登陆招商银行App。多元化的投资产品，大咖云集的数轮主题直播，以及在朋友圈魔性刷屏的“全民招财舞”，都引发了市场与客户的广泛关注。

“全民招财节”期间，招行还重磅首发全新零钱理财王牌产品——朝朝宝，全面打通零钱理财与活期储蓄。该产品在为客户提供极强便利性和高收益的同时，也引发了业内的高度关注。在“为客户创造价值”，与由此可能引发的活期储蓄存款“搬家”之间，招行将如何取舍？这一次，招行难道又在“革自己的命”？

招行眼中，客户永远第一

自首款宝宝类产品面世以来，零钱理财一直备受年轻客户的关注，既“能赚”又“会花”是众望所归。

为满足这两个看似简单实则复杂的核心诉求，招行在产品的设计方面可谓下足了功夫。在理财端，招行从全市场数以千计的理财产品中，精选出5只符合资管新规的优质产品作为“朝朝宝”的底层，为用户提供稳健且高于货币基金和活期储蓄存款的收益。

与此同时，招行将朝朝宝与活期储蓄账户完全打通，当客户活期储蓄账户余额不足时，招商银行App将自动使用朝朝宝余额，为客户提供“无感”的支付、还款与转账服务，并全面覆盖招行自场景和微信、支付宝等第三方使用场景。

朝朝宝对客户价值和便利不言而喻，但在业内看来，这样的产品设计对招行自身却并不“友好”。原因不难理解，随着越来越多的客户购买和使用朝朝宝，必然带来活期储蓄存款的减少，且该产品的口碑越好，购买用户越多，对活期储蓄存款的冲击就越明显。

众所周知，活期存款由于负债成本低，历来是银行构筑核心竞争力的一大利器。招行2020年中报显示，零售客户存款活期占比高达65.67%，上半年成本率仅1.33%，遥遥领先于整个银行业。已然拥有如此可观的负债端成本优势，招行又为何要打破多年以来的行为惯性推出朝朝宝？

答案很简单——客户。

招行相关负责人表示，“我们一直承认客户的资金是逐利的，因此，招行从来不刻意让客户将资金留在活期储蓄账户，而是通过专业的财富管理服务，为其进行科学合理的资产配置。主动与客户利益捆绑在一起，不断为客户创造价值，才能长久陪

伴其成长”。

也就是说，招行眼中的第一，永远是客户。而朝朝宝作为一款普惠型的零钱理财产品，以极低的门槛、极强的便利性，以及自带的“高收益”属性，引导年轻客户尽早开启财富之路，无疑切中了当下年轻人最为关注的理财需求。

在这种经营理念的长期浸润下，招行的财富管理与储蓄存款已经形成了一种平衡。一方面，通过财富管理服务，满足客户的资产配置需求；另一方面，优质的服务与体验带来复购，又能吸引更多的新资金，让更多客户将支付主账户和财富主账户放在招行，从而沉淀出更多低成本活期存款。

根据招行2020年中报，其储蓄存款达1.84万亿元，增速接近10%，余额位居全国性中小型银行首位。不强调存款考核，却能够实现存款与财富管理的协同增长，也许正是招行推出朝朝宝的底气所在。

“全民理财”的招行棋局

当然，朝朝宝的上线，离不开招行在财富管理领域专业能力的长期铸造。

招行被业界誉为“零售之王”，秘诀之一是财富管理。而招行的财富管理，强就强在它是一个开放式平台。当前，这一平台已成为国内涵盖产品类型最广泛、功能最开放的产品服务平台，包括现金货币类、固定收益类、股票类、保障类、另类投资等五大类共6000余款产品，为不同层级与不同风险偏好的客户提供多元选择。不仅如此，顺应数字时代的发展，近年来，招行还不断加快财富管理的数字化进程，让客户上招商银行App就能轻松理财。特别的是，招行还在App上代销他行理财，更显现其建设大财富管理开放式平台和生态的决心。

基金方面，2020年，招商银行App上线“指数通”，汇聚精选指数基金产品，并在业内首推“1折申购费率”，以更低的投资门槛，助力亿万客户择机上车；再比如招行将有口皆碑的“五星之选”基金搬上了招商银行App，以超过14年的投研专业能力沉淀，帮助客户穿越经济周期，实现均衡配置。

当然，财富管理不仅限于产品，还在于服务。不久前，招商银行App发布9.0大版本，将财富管理置于显著位置，通过长期性、智能化陪伴，为客户提供覆盖“售前—售中—售后”所有触点的全旅程“财富陪伴”服务，帮助客户实现财富的稳健增长，成为招行财富管理的又一“招牌”。

善棋者落落布子，遂使段段皆赢。从“朝朝宝”“指数通”“五星基金”等产品创新，到“财富陪伴”等服务方式的进化，招商银行App的财富管理矩阵不断扩大，

稳扎稳打，其“全民理财”布局日臻完善。

落子间自有逻辑，即不断降低理财门槛，以简单的流量产品吸引客户，培养客户线上理财的习惯和感觉；同时，通过友好、便捷的交互方式，降低复杂理财的难度，助力客户逐步实现从青铜到王者的晋升。而在这个过程中，从不间断的是招行对客户的默默陪伴，既专业又无微不至。据了解，2020年，招商银行App全年服务理财客户超2000万户，为客户盈利超过2800亿元。

守正出奇，一方面，按照既定的目标加速推进财富管理的线上化；另一方面，通过颠覆式创新，以爆款产品源源不断地吸引年轻客户。正如招行管理层在一次内部会议上所言，“谁能回归服务客户的初心，打破多年以来的行为惯性，将有生力量有效地服务于客户，谁就是有核心竞争力的组织。”