

# 上半年收益率又降了 以后银行理财该怎么买?

■戴曼曼

银行理财产品的预期收益率“跌跌不休”似乎已经成为各方默认的事实。普益标准数据显示，尽管6月份收益率有短暂回升，但总体来看，今年上半年银行理财收益率整体呈现走低趋势。迈入下半年，资管新规过渡期即将结束，普通投资者又该如何转变投资策略？多位市场分析人士在谈到下半年的银行理财产品时表示，保本理财比例进一步压降，利率或仍将进一步走低。而对于理财产品净值化的转型，多位业内人士提醒“投资者的理财观念是时候改变了”。

市场无风险收益下行，在很多业内人士看来将是必然趋势。

## 保本理财比例将进一步下降

值得注意的是，随着资管新规逐步落地，行业得到进一步规范，传统保本理财正在逐步减少。

来自银保监会的数据则显示，截至2021年6月末，同业理财较峰值缩减96%，保本理财较峰值缩减97%，不含规短期产品缩减98%，嵌套投资规模缩减24%。

业内人士表示，今年年底资管新规过渡期将结束，理财净值化转型将提速，净值型产品的业绩比较基准没有明显的涨跌趋势，上半年一直在4.1%左右窄幅波动。预测下半年老理财产品收益率回升可能性较小，并且有进一步下降空间。在资管新规的影响下，市场上将不断涌现更多的创新型净值产品，净值产品种类愈加丰富。

## 专家建议适时调整资产配置结构

实际上，随着各家商业银行理财业务净值化转型不断深入，未来银行理财产品打破刚兑、净值化运作已成必然趋势。早在2018年的7月20日，银保监会发布《商业银行理财业务监督管理办法》(以下简称《办法》)，在资管新规框架下，对银行理财业务进行了进一步全面规范。其中，《办法》明确规定商业银行不得宣传理财产品预期收益率，多数金融机构则通过披露“业绩比较基准”向投资者传达产品的预估收益。

业内人士表示，净值型理财产品的业绩比较基准不代表实际投资收益，净值型理财产品也并非业绩比较基准越高越好，业绩比较基准高的产品，有可能是流动性差，比如3年、5年封闭期，也有可能是风险高，权益类资产配置的比例偏高。相对于传统银行发行的净值型理财产品，理财公司发行的净值型理财产品期限更长、净值波动更大，投资者更需要

谨慎购买。

总体而言，在银行理财产品收益率整体下行的情况下，投资者要想理财收益不缩水，一方面可以提高风险偏好，购买风险更高、收益也更高的理财产品，但应重点考察产品，具体可以从产品风险等级、投资范围、资金实际配置情况、历史业绩波动等方面来了解，不能只看产品的业绩比较基准高低；另一方面可以拉长产品期限，但需要牺牲一定流动性。

投资者要对净值型理财产品有全面正确的认识，应提高理财水平、增强风险防范意识；并降低对理财产品收益的过高期望，在此基础上做好大类资产配置，通过提升资产配置能力来实现收益与风险的动态平衡。



## 年轻人怎样看待 保险消费？



■主持人许瑞英

的报销额度有限。事实上，医保整体住院实际报销比例有限，癌症患者因为某些特殊药物，报销比例会更低。

因此，商业保险作为社保的补充，能够提高赔付比例，增加保障程度。万一发生变故，可以让生活质量尽量维持在原有水平。一般来说，商业保险是社会保险的补充。

医疗保险方面，商业医疗保险除了可以进行二次报销以外，实际上还会提供额外的保障。

比如大病医疗保险是在国家基本医疗保险之上的额外报销，大病医疗保险都是由商业保险公司承担的。因此对于年轻人来说，医疗险是他们的第一选择。

调查发现，不管之前有没有购买过保险，有购险机会的年轻人，主要是出于以下三大动机：应对疾病、应对意外、让财富稳妥增值。

既然商业保险如此重要，那么该选择什么样的保险呢？不管是已购买保险，还是计划购买保险，大多数年轻人表示会优先选择购买或计划购买重疾险，其次是医疗险、年金险（含教育金）。

另外，年轻人在考虑为谁买保险的问题时，排名优先度依次为：自己、父母、孩子、配偶。已经为自己配置保险的用户，在未来一年依然会优先考虑为自己购买更多保险。

## 理财产品销售新规“满月” 整改稳步推进但进度不一

■魏倩

日前，《理财产品销售新规》（下称理财产品销售新规）落地实施满月。

日前从业内获悉，银行或者理财子公司均在着手整改工作，部分理财公司手机APP在售的理财产品已增加业绩基准测算依据说明等内容。某银行资管部门人士向笔者表示，整改难度不大，只是相对繁琐，至于业绩比较基准展示等方面，待观望同业后再作调整。

截至2020年末，银行理财规模已超过25万亿元。近年来，理财产品销售领域频现违规行为，严监管已是常态。最近两个多月以来，多家银行领到数千万级大

额罚单，均与理财产品销售有关，整改迫在眉睫。

多家银行及理财子公司人士表示，目前正根据新规稳步推进整改工作。“过去一个月，我们根据新规整理了20余项要着手整改的工作，并分配至相关责任人，排好了时间表。”一家城商行资管部人士透露，力争在新规实施后的半年过渡期内完成所有整改工作，包括代销机构管理、系统对接、自查销售文件等。

据了解，银行及理财子公司电子渠道（官网和手机APP）在售理财产品后发现，目前各家银行整改不一，有部分银行的在售理财产品已调整了业绩比较基准展示方面的内容。

根据理财产品销售新规要求，禁止理财产品（包括银行和理财子公司）使用未说明选择原因、测算依据或计算方法的业绩比较基准，禁止单独或突出使用绝对数值、区间数值展示业绩比较基准。也就是说，理财公司的理财产品报价要求，要向公募基金看齐，主要是禁止变相宣传收益率，更好地促进产品净值化转型，推进打破刚兑预期。

截至目前，部分银行理财子公司针对此要求已作出调整。例如，工商银行和招商银行的手机APP在售理财产品，已添加业绩比较基准的测算依据等内容。但绝大多数银行和理财子公司尚未有调整动静，电子渠道在售理财产品仍突出使用绝对

数值、区间数值展示业绩比较基准。

另外，上述新规暂未开放互联网平台等第三方渠道对银行理财产品的代销行为，将“以展示、介绍、比较单只或多只理财产品部分或全部特征信息”也定为销售行为。

据观察，支付宝、京东金融等互联网平台已经作出调整，在其平台上已不见银行理财产品的展示踪影。

理财产品销售新规的出台，是为了进一步完善理财产品制度规则体系，也是为了对标看齐资管行业统一标准。

在新规中，对理财公司影响较大的便是业绩比较基准展示这项要求。由于银行理财客户群

普遍存在只关注期限和收益率的特点，在资管新规过渡期间，银行理财产品报价仍喜欢给出固定数值，例如“3.5%”，常以标记颜色、加粗、加字号等方式突出展示。

招联金融首席研究员董希淼介绍说，从实际情况看，业绩比较基准有绝对数值型、区间数值型和挂钩型等三种形式。绝对数值型和区间数值型主要应用于固定收益类产品，挂钩型则在固定收益类、混合类和权益类产品中均有被应用。对前两种类型的理财产品，理财公司应“新老划断”，加快进行整改。目前，公募基金已普遍采用动态比较基准，理财产品在整改中也可以借鉴。

## 宁波愿景未来： 提供全方位、落地性强 的金融财税等服务

■吴利清

率，为企业减负创收。

### 链接互联网金融

线上财税平台不仅为企业解决财税问题，同时能链接银行等金融机构，以平台签约员工薪资、个税数据为基础，合作开发互联网个税贷等银保监备案产品，响应国家号召，帮助地方金融机构推进普惠金融的发展。

### 股权融资

愿景未来提供融资辅导一资本对接一全程咨询一专业服务一站式融资服务，考察企业融资需求，为项目方量身打造融资方案，精准对接意向方，并监控方案实施。目前，愿景未来主要为文化娱乐及教育产业公司提供融资服务，致力于成为资本运作与产业运营并重的文教投融资深度赋能平台。

### 战略规划

结合客户现状、拥有的资源、行业的未来发展等，为公司做战略规划，并帮助客户落地实施，从帮助客户搭建股权、组织架构到融资、组建团队，从搭建适合的业务流程及制度到匹配适合的财务流程及税务合规方案，为影视及其他各行业客户提供全方位的、落地性强的服务。

针对影视公司，公司还可为客户提供影视项目融资、影视制作培训、剧组项目管理、IP衍生品开发、影视文旅研学项目开发等服务。

ATM跨行取现、刷卡手续费下调……

## 金融减费让利 再发力

近期，工行、农行、建行、中行、邮储、交行六家国有银行均发布公告，下调自动取款机（ATM）跨行取现手续费。据不完全统计，包括六家行在内，目前已有多家银行公布了下调ATM跨行取现手续费的方案。

继去年金融系统向实体经济让利1.5万亿元以后，金融系统再度送上减费让利“礼包”。包括支付手续费、ATM跨行取现手续费等一系列降费措施已经出台。

从目前银行公布的方案来看，各家银行降费的力度和方

## 个人信息保护新规将出台

# 消费者被短信轰炸将成为历史

■李雁争

近日，工业和信息化部将同相关部门尽快发布实施《移动互联网应用程序个人信息保护管理的暂行规定》（以下简称《规定》）。《规定》将为个人信息保护提供更加坚实的政策保障。在新规的引导下，多个电商平台已经主动加强了对客户信息的保护力度。

工业和信息化部信息通信管理局的人士近日透露：“在充分吸收社会各界意见的基础上，工业和信息化部会同相关部门制定了《规定》的征求意见稿，社会各界提出了一些好的意见和建议，我们正在研究采纳。在此基础上，尽快会同有关部门发布实施。”

在征求意见稿中，管理部门明

确了APP开发运营者的信息保护义务。

7月6日，阿里巴巴开放平台发布了《依法加强消费者订单中敏感信息保护的公告》，称将启动订单处理链路的消费者的敏感信息保护方案，对涉及消费者个人敏感信息采取加密、去标识化等安全技术措

施。

7月9日，京东发布了《JD 用户订单隐私安全方案》，称为保障京东用户和商家数据信息安全，京东商家开放平台将对订单中手机号

和座机号进行脱敏。

7月20日，抖音电商运营团队发布公告，为防止消费者隐私信息泄露，抖店将启动消费者隐私数据加密项目，预计8月1日起，商家将无法获得订单收获信息中用户的手机号、姓名、收货地址等信息，这些信息将以加密字符串的形式输出，导出数据也逐步会变成密文。

海豚智库创始人李成东说，客户信息加密后，商户和快递公司均将无法获取到客户相关信息。这意味着，“双11”或者“618”前，商户疯狂对客户短信轰炸的局面不会再出现了。

一位TMT领域的专家表示，打击信息泄露、保护用户信息安全是当下互联网平台治理的重点方向。电商平台与其坐等政策干预，还不如主动求变，提前做好准备。



行业动态

