

1元就能投——

# 理财子公司：产品实行净值化管理

经济日报·中国经济网记者 郭子源

## 财富视线

理财产品目前以及今后推出的新产品均为符合资管新规的产品，实行净值化管理，投资者1元就可购买固定收益类、混合类理财产品。投资者在挑选产品时需特别关注“理财产品说明书”，务必仔细阅读并熟知相关条款，尤其要重点了解相关风险信息——



### 企业股权也能投

那么，子公司的新理财产品又有哪些新特点呢？记者观察发现，目前投资者需重点关注两大特征，一是部分固定收益类、混合类新产品的投资门槛降至1元，二是在权益类产品的投资标的中，出现了科创企业股权。

中国银保监会相关负责人表示，按照新规，根据投资性质不同，理财产品应分为四类，即固定收益类、权益类、商品及金融衍生品类和混合类。

其中，固收类产品投资于存款、债券等债权类资产的比例不低于80%；权益类产品投资于权益类资产的比例不低于80%；商品及金融衍生品类产品投资于商品及金融衍生品的比例不低于80%；混合类产品投资于债权类资产、权益类资产、商品及金融衍生品类资产且任一资产的投资比例未达到前三类理财产品标准。

此次“1元投资门槛”率先出现在固收类和权益类产品，其政策依据是，“理财新规”先将银行理财产品的销售起点从5万元降为1万元，此后《商业银行理财产品管理办法》又进一步明确不再设置理财产品的销售起点金额。

就工银理财来看，目前投资门槛为1元的产品有两个，其中固收类产品为开放式，每年开放一次，投资者可在此期间申购、赎回，业绩比较基准为4.5%，非保本浮动收益；混合类产品为

封闭式，期限1099天，业绩比较基准4.6%，非保本浮动收益。

“随着投资者不断成熟，降低银行理财产品门槛确有必要，有助于银行理财产品更加普惠化，覆盖更多的普通投资者。”中国人民大学重阳金融研究院副院长董希淼说，这也有利于银行理财产品与公募基金等资管产品公平竞争。

值得注意的是，在权益类产品投资标的中已出现了科创企业股权。“我们将股权投资聚焦科创板企业，希望为投资者开辟分享企业成长红利的新途径。”工银理财相关负责人说。

### 投资风险要知晓

值得注意的是，在当前“资管新规”下，银行理财产品“刚性兑付”已被打破，转为“卖者尽责、买者自负”。因此，为了更好地衡量收益和风险，除了以上两大特点，投资者在挑选产品时还需特别关注“理财产品说明书”，务必仔细阅读并熟知相关条款，尤其要重点了解产品类型、风险等级、投资对象（所投资产）、投资管理人、发行方式、期限、认购起点金额、业绩比较基准以及相关的销售手续费率。

记者在北京地区商业银行网点随机采访发现，绝大部分投资者在购买理财产品时完全不看“理财产品说明书”，主要原因是“看不懂”以及“觉得没必要看”，他们挑选产品的主要依据是，在基于对某家商业银行信任的前提下，权衡业绩比较基准、期限两个因素。

据悉，为了强化投资者保护，监管部门已对金融机构在信息披露方面提出了详尽严格的要求，其销售文件中必须载明产品类型、投资范围、投资资产种类及其投资比例，并确保在理财产品成立后至到期日前，投资比例按照销售文件约定合理浮动，不得擅自改变理财产品类型。

此外，在规范运作方面，监管部门也明确提出了“三单”要求，即每只理财产品做到单独管理、单独建账和单独核算；同时，理财子公司应对产品实行净值化管理，即金融机构坚持公允价值计量原则，通过净值波动及时反映产品的收益和风险，让投资者在清楚知晓风险的基础上自担风险。

对于接下来的产品发行计划，建信理财表示将发行针对粤港澳大湾区指数的灵活配置产品，交银理财董事长涂宏则表示，由于该子公司现阶段的客户倾向于风险不太高但收益略高于存款的产品，其接下来的产品将集中在现金管理类和固定收益类。此外，还将探索理财产品质押和转让。

建信理财、工银理财、交银理财……随着中国建设银行、中国工商银行、交通银行的理财子公司相继开业并推出新产品，商业银行理财子公司的“神秘面纱”终于全部揭开。与此同时，又有多家股份制商业银行的理财子公司获批筹建，如招商银行、光大银行、兴业银行等。毫无疑问的是，我国银行理财已正式进入“理财产品公司”时代。

那么，对于普通投资者来说，如何挑选“理财产品公司”产品？新产品究竟长什么样？与此前的产品有何区别？需要特别关注哪些特点？银行理财市场今后的发展趋势几何？为此，经济日报记者走访了多家商业银行理财产品公司相关负责人。

上述负责人均表示，银行理财产品的变化看似由理财产品公司带来，实际上是资管新规带来的，子公司只是资管新规的执行者，但子公司确实是观察银行理财“新市场”的直观窗口。

对于普通投资者来说，突出变化集中在两点，一是理财产品公司目前以及今后推出的新产品均为符合资管新规，实行净值化管理，母行自身将不再开展新的理财业务，而是处置存量理财产品；二是新产品的投资门槛大幅降低，1元就可购买固定收益类、混合类理财产品。

### 子公司产品啥样

现在去银行买理财，怎么判断哪些产品是理财子公司的新产品？它们有哪些分类？究竟长什么样？

弄清楚这些问题之前，首先需要了解已开业的三家银行理财产品公司究竟长啥样。作为一项制度创新，所谓“商业银行理财产品公司”，是指由在境内注册成立的商业银行作为控股股东发起设立，属于独立于母行的非银行金融机构，最低注册资本为10亿元人民币，其业务范围主要包括发行公募理财产品、发行私募理财产品、理财顾问和咨询等，不允许吸收存款、发放贷款。

# 赴港买保险未必真“保险”

□ 江帆

## 财眼看市

近日，一则关于“购买香港保险亏掉客户数亿元保费”的消息引发关注。消息称，香港安盛保险公司发行的一款投连险的投资账户中，纳入了某基金作为投资组合。去年年中，不少投保人突然发现这款投连险净值一夜之间暴跌95%以上，在后续扣除账户建档费、管理费等费用后，保单净值变为负数。这意味着，投保人购买该险种后，不仅亏空本金，还反欠了保险公司诸多管理费用。

买个保险还能把本金亏光？这件事居然发生在香港这一保险业非常发达的地方，实在让人匪夷所思。近年来，赴港买保险的热度不减。香港保监局数据显示，2006年内地访客在香港购买的保单保费只有28亿港元，仅占香港个人保险业务的5.3%；到了2016年，这一数据飙升到726亿港元，

占当年香港个人保险新增保费的40.6%。虽然2017年、2018年有所下降，但规模和占比仍然高于2015年及以前。

内地居民趋之若鹜赶往香港买保险的理由很多：如人寿保险性价比高，同样保额情况下，香港人寿保险比内地的保险要便宜；比如医疗保险可以终身续保；比如理财型保险收益高。据香港的理财型保险保费会交给专门的分红业务基金管理，投资在全球股市、债市和衍生品等市场。同时，在保障性功能之外，香港保险广泛使用美元和港币计价，是分散货币风险和多样化资产配置的一种选择。

其实，任何事情都有正反两面，只看一面，可能陷入被动。

单说最受关注的重大疾病保险，香港保单在某些方面的保障比内地要苛刻得多。比如甲状腺癌，香港重疾险是不保第一期或以下级别甲状腺癌的，部分公司只做轻症处理。目前内地重疾险中理赔率最高的正是甲状腺

癌，有人做过测算，如果将甲状腺癌从重大疾病保险中剔除，即使按最保守的算法，重疾险费率可降低10个百分点。

香港的重疾险条款中还暗藏一个玄机，即保险公司在投保人缴费期间（一般为10年或20年内），有权调整费率。也就是说，保险公司有可能突然上调保费。目前，内地保险公司长期保险采用的都是保证费率，一旦定下费率就不会调整。试想买了10年保费，保险公司突然说下个10年要大幅提高保费，你能接受吗？这其实也是香港重疾险相对便宜的一个重要原因。

投保香港保险，还有很多额外的费用，比如第一次投保必须去香港，往返机票住宿需要一笔开销；购买保险后，人民币兑换港币或者美元会有兑换费用。此外，还会面临汇率风险，全球化资产配置都会遇到这个问题，理赔有纠纷时还会有法律风险，等等。

再说此次“爆雷”的投连险，全称

为投资连结保险，实际属于人身险产品中的一种理财型保险，另两类较为常见的理财型保险产品则是分红险和万能险。投保人购买分红险只承诺保本，最终会有获得分红水平高低差别；购买万能险则有一定的保底收益，最终保底以上的投资收益不确定。购买投连险则不仅收益率不确定，还可能产生本金亏损。保险公司会提供若干投资方向供投连险客户选择，最终选择权还在投资者自己，如果不认真研究保险合同，投资真可能会打了水漂。

诚然，不能因安盛保险事件全盘否定香港保险市场，但内地投保者要打破对香港保险的迷信。一方面，内地保险市场越来越开放和成熟，产品越来越丰富；另一方面，应该理性地看到香港保险市场也潜藏着多种风险。其中，潜藏的法律、汇率波动风险以及来自保险公司自身的风险和保险代理人的良莠不齐，同样需要引起注意。

## 投资眼

# 跟风“炒鞋”风险高

□ 双木

炒股票、炒期货、炒黄金已司空见惯，最近炒鞋又开始流行起来。有句流行语这么说，“中年人炒股，‘90后’炒鞋”。因为稀少，限量版球鞋一双难求，线上线下秒杀，那就一个激烈，不少新款上市瞬间就被抢空。

近日，在美国球鞋电商平台Stock X官网上，李宁发售了一款限量球鞋。这双原价只有1000多元的球鞋，在二手市场的价格短时间内暴涨到最高4万元，涨了近40倍。这并非个别，限量款、经典款球鞋价格上涨几倍、甚至几十倍的现象比比皆是，虽贵但还是有一堆人抢着买单……

收藏限量版球鞋，曾只是一些人的小众爱好，但近年来随着“球鞋文化”在国内兴起以及明星带货等，球鞋已不是单纯的运动用品了，逐渐变成了炒鞋玩家的生意。有资料显示，国内炒鞋的火热可以追溯到2015年，当时有多名NBA球星来到中国，推动了球鞋文化的传播。一些带有嘻哈文化的综艺节目播出，明星们的时尚穿搭，让一些年轻人热衷于好看的好看的球鞋。

与此同时，一些运动品牌制造饥饿营销噱头，通过限量、抽签发售等方式来刺激球鞋市场繁荣，炒高了价格。粉丝们收藏球鞋的需求催生了大量鞋贩，并逐渐衍生出所谓转卖球鞋的“鞋市”。潮流媒体网站公布的二手球鞋行业观察报告显示，全球二手球鞋市场规模或已达到60亿美元，且贩售平台数量不断增长。

正所谓需求带来的是生意，在多方面因素作用下，运动鞋转卖市场正变得愈来愈火爆，球鞋价格也被不断推高。粉丝们过度关注和激增的需求，基本上让平价买限量版球

鞋的时代一去不复返。据Stock X发布的数据显示，在2018年球鞋二级市场销量中，耐克(Nike)旗下AJ品牌占据了44%的份额，耐克品牌(除AJ)占26%，阿迪达斯(Adidas)品牌占24%。相比发售价的二级市场价格，AJ、Nike、Adidas三大品牌分别溢价59%、58%、25%。

然而，当买鞋这件事带上了“炒”的概念，其本质就发生了改变。有人说，现在球鞋市场越来越不健康了，在巨大的利益诱惑下，鞋市不断曝出造假、鉴定造假等问题。不少球鞋的粉丝也都干起了黄牛生意，向渠道商买货，或雇人排队等，扰乱了正常市场秩序。如此一来，球鞋失去了原本的意义，那么最终受伤的不光是消费者，还会毁了球鞋市场。

归根结底，球鞋还是商品，商品价格还是由价值决定，但市场供需关系会影响到价格涨跌。面对越来越火的“炒鞋”市场，对于消费者来说并不是一件好事。首先，购买限量版鞋子的成本会不断提高。其次，炒鞋也是低价买高价卖。与股市一样，鞋市也有风险。有些号称有收藏价值的球鞋已经被炒到了很高价位，有多大升值空间并不确定。最后，时尚风向在不断变化，消费者总有审美疲劳的时候，到时候限量版球鞋的热度就会减退，价格相应降低。对消费者而言，应该建立正确的消费观，避免从众消费。

也有爱鞋人士说，无论保存得有多好，一双限量版球鞋经过五六六年的时间，胶水、皮革都会老化，失去了穿着的基本功能，也就没有真正的价值了。除非是特别喜欢，仅做收藏。

还是那句话，鞋圈有风险，入市需谨慎。

数据来源：新时代证券

### 上周A股市场资金净流入超百亿

#### A股市场资金

● 上周（6月10日至16日）  
A股市场资金合计净流入

116.19亿元

前一期

A股

资金合计净流出

72.25亿元

资金面环比大幅改善，主要是北上资金加速流入和公募基金募资金额大幅增加

#### 陆股通资金

● 上周陆股通净流入

深股通净流入……42.66亿元

156.62亿元 ▶ 其中

沪股通净流入……113.96亿元

● 从资金净流入的行业来看，

陆股通资金上周净流入金额较高的行业为

食品饮料 37.91亿元

家用电器 2.85亿元

化工 2.50亿元

医药生物 1.14亿元

采掘 0.74亿元

通信 0.69亿元

#### 公募基金

● 截至6月15日，  
公募基金6月累计发行

149.38亿元

与5月同期累计发行132.80亿元

相比资金规模小幅上涨

责任编辑 梁睿

美编 夏一高妍