去年7月到今年10月，存续数量已翻倍——

净值现金管理产品异军突起

经济日报·中国经济网记者 钱箐旎

数据显示，从去年7月份到今年10月份，银行净值型现金管理型产品的数量已翻倍。净值型现金管理型产品异军突起，一方面因为该产品具有在安全性、流动性和收益性方面较为平衡的优势，对投资者吸引力较大；另一方面则是政策原因。专家认为，随着银行理财净值型转型的进一步推进，将有更多银行发行此类产品——

最近，银行净值型现金管理型产品正在悄然升温，也受到越来越多投资者的关注。什么是净值型现金管理型产品？为何受到投资者青睐？

发行量快速增长

就在本月，唐山银行发行了河北省城商行首只净值型现金管理型产品——盛唐理财溢盈宝1号。该产品投资起点为1万元，申赎便利，封闭期后每日均可提交赎回申请。从收益情况看，其业绩比较基准可达3.8%。

这款产品是“资管新规”落地之后，河北省内城商行系统推出的首款净值型现金管理型理财产品，既填补了河北省区域性银行没有现金管理类净值理财的空白，也为投资者带来了新的投资机会。

实际上，此类产品早已成为银行的“香饽饽”。今年以来，净值型现金管理型产品月均发行量较高，始终在20款左右。目前，已有70家银行发行了230款净值型现金管理型产品，其中除6家国有大行和10家股份制银行之外，还包括37家城商行和17家农村金融机构。

银行为何热衷发行净值型现金管理型产品？对此，业内人士表示，主要有两方面原因，一方面是因为现金管理型产品具有在安全性、流动性和收益性方面较为平衡的优势，对投资者吸引力较大；另一方面则是政策原因。

2018年7月份，中国人民银行发布《关于进一步明确规范金融机构资产管理业务指导意见有关事项的通知》，明确银行现金管理型产品暂参照货币市场基金的“摊余成本+影子定价”方法进行估值。由于摊余成本法降低了净值波动，且银行现金管理型产品比货币基金投资限制更少，因而现金管理型产品成为转型过渡期内各银行稳定理财规模，吸引客户的重点产品。

在新监管规定发布后，市场上现金管理型产品的存续数量快速提升，特别是符合新规要求的净值型现金管理型产品增长明显。从去年7月份到今年10月份，净值型现金管理型产品的数量已翻倍。从规模来看，三季度国有大行与股份制银行的现金管理型产品规模占比均接近其理财总规模的30%，其中约有三分之二为净值型现金管理型产品。

值得一提的是，从区域分布看，全国已有23个省份的区域性银行发行过净值型现金管理型产品，但多集中在江苏、浙江、广东、山东等经济发达省份，而在中部、北方地区仍然较少有地方性银行发行该类产品。业内专家认为，未来随着银行理财净值型转型的进一步推进，将有更多银行会发行此类产品。

相比货基有优势

有观点认为，银行现金管理型产品的出现，抢了货币基金的风头。普益标准分析师表示，对于客户来说，与货币基金相比，现金管理型产品具有以下优势。

一是收益率相对较高。对比二者可以看到，今年以来净值型现金管理型产品平均7日年化收益率保持在3.4%以上，而货币基金平均7日年化收益率最近数月都在2.5%上下波动，净值型现金管理型产品具有显著的收益优势。

二是流动性更高。大多数银行现金管理型产品在交易时间段内，额度不受限制、赎回资金实时到账，在非交易时间段内，快速赎回额度上限为5万元；货币基金快速赎回额度则受到单日1万元的上限约束。相比而言，现金管理型产品快速赎回额度更大，流动性更强。

融360简普科技大数据研究院分析师刘银平表示，从交易规则来看，银行现金管理型产品包括两类，一类是T+0理财，一类是T+1理财，二者区别在于，在工作日的交易时段购买能否当日起息，资金赎回能否实时到账。

具体来说，对比货币基金而言，T+0理财的优势更为明显。但统计显示，目前T+0理财的购买门槛最低为1万元，而且不少产品规定，如部分赎回，剩余金额不得低于起投金额；货币基金基本上都是1分或1元起购，堪称“零门槛”。此外，首次在银行购买理财产品需要到银行网点做风险评估，而购买货币基金则可以直接在电子渠道做风险评估。

“随着理财子公司陆续开业并发行新产品，上述两个问题均有望得到解决。根据《商业银行理财子公司管理办法》，投资者首次购买理财子公司的产品，既可以在营业网点也可以在电子渠道做风险评估，且理财子公司的产品不设具体购买门槛，未来有可能出现一批1元起购的T+0理财产品，并将会对货基基金产生更大的威胁。”刘银平说。

安全和灵活兼具

融360简普科技大数据研究院监测了18家银行的T+0理财产品发行情况，包括6家国有银行、10家股份制银行（不含华夏银行和渤海银行）、2家城商行（北京银行和上海银行），统计的T+0理财产品均面向普通个人投资者，不限区域，门槛在100万元以下。

数据显示，这18家银行共发行了45只T+0理财产品，在这45只T+0理财产品中，有38只产品的风险等级为R2级，占比为84.44%，此外R1级和R3级理财产品分别有7只、1只。

根据产品风险特性，一般银行将理财产品风险由低到高分为R1（谨慎型）、R2（稳健型）、R3（平衡型）、R4（进取型）、R5（激进型）5个级别。

业内专家表示，为了满足客户随时支取的需求，银行现金管理类产品的底层资产通常都是安全性和灵活性较高的资产，包括银行存款、逆回购、国债、央行票据、政策性金融债、银行间及交易所债券及其他资管计划等，所以T+0理财产品的风险等级普遍偏低，只有个别产品配置了少量的金融衍生品或权益类资产。

刘银平表示，总体而言T+0理财的投资方向差别不大，区别在于不同资产的投资比例。

此外，在收益分配方式上，上述T+0理财产品中，有11只产品是日复利，即每日收益结转为份额再投资；6只产品是月复利，即每月收益结转为份额再投资；11只产品按月和季度分配现金收益；17只产品在赎回或到期时一次性兑付收益。

业内人士表示，对于普通投资者而言，理财金额不多，收益分配方式的不同对投资者的影响几乎可以忽略不计，只有金额特别大，收益分配方式才会对实际理财收益产生一定影响。

“新老年人”消费有点潮

吉亚娇

挖掘消费新机会 ③

老年人的消费特征正悄然改变，从“能省则省”到“享受生活”。这要求商家摒弃传统思维，针对老年人精准画像，提供更加多元、优质的产品和服务。

点外卖、抢红包、拼团秒杀……随着移动互联网的快速普及，“银发经济”正在加速发展，催生了一大波紧跟时代潮流的“新老年人”。

这些“新老年人”不再是传统观念中逛菜市场、买保健品的大爷大妈，而是以网络达人的形象出现。有数据显示，自2012年以来，老年网民数量增长130%，老年人触网的速度是整体移动互联网普及速度的1.6倍。

京东发布的《线上生活消费数据报告》显示，60岁以上的老年人2018年线上销售额较2017年增长超65%。越来越多的老年人通过手机购买方便食品、医药用品和商超用品。

与此同时，“新老年人”的消费偏好也在改变，彰显出对生活品质的高要求。单纯的“老有所养”已经无法满足老年人需要，“老有所乐”“老有所学”正成为老年人的新追求。

老年人已成为高频次旅行用户。携程发布的《老年群体旅游行为报告》显示：65%的受访老年出游用户每年出行3次以上，且越来越多老年人能够独立完成在线预订。上车睡觉下车拍照的旅游方式已经落伍，老年人更关注酒店是否舒适、行程是否宽松以及是否配备WiFi。

广场舞是不少老年人的爱好，这背后的商业价值也不容小觑。线上广场舞服装、户外音响等装备销量火爆。手机APP开发者也抓住广场舞这个风口，纷纷上线各类广场舞APP。其中一款名为糖豆广场舞的APP，每月开展的线下活动超4000场次，月度覆盖的线下用户达到50万人次以上。

除了广场舞，老年人还不断解锁花样玩法，催生新业态。在抖音等短视频平台，越来越多老年人跻身“网红”，创作以时尚、搞笑、生活技能等为主题的视频，吸引百万粉丝“点赞”和“打赏”。

老年旅游、老年文娱等市场的兴起，凸显中老年人整体消费能力的提升。当前，不少城市中的老年人有钱又有闲，他们爱时尚、爱科技、爱生活，“银发经济”已成为朝阳产业。中国老龄协会发布的报告预计，到2020年我国老年消费市场规模将达到3.79万亿元。

老年人的消费特征正悄然改变，从“能省则省”到“享受生活”。这要求商家摒弃传统思维，针对老年人精准画像，提供更加多元、优质的产品和服务。例如，旅游行业可以推出舒适线路、错峰线路和短途线路等更适合中老年人的产品，提升出行体验。教育培训行业可以推出线上兴趣课程，满足老年人学习摄影、书法等技能的热情，缓解老年大学供不应求的现状。

要更好地满足老年人的消费需求，“走心”最重要。此外，还要加强市场监管、细分涉老产业、创新养老模式，这样才能在壮大“银发经济”的同时，让老年人日子过得更舒心。

财富动态

11月28日，人民银行发行泰山币

这款纪念币有点“方”

本报讯 记者钱箐旎报道：如今，圆形的纪念币已经不稀奇，就在11月28日，一款有点“方”的纪念币发行了，吸引了人们的关注。

这款纪念币叫作“泰山币”，面额5元，黄铜合金。由中国人民银行发行，是由四段圆弧和四段线段交替连接组成的圆角正方形，背面主景图案为泰山，包括泰山松柏、泰山日出、挑山工、泰山石刻、南天门、十八盘以及玉皇顶等，主景图案下方刊有“世界文化和自然遗产——泰山”字样。

将硬币倾斜适当角度，在背面泰山图案右下方，可以观察到世界遗产标识要素图案；泰山局部山体和泰山石刻左下方，可以观察到微缩文字“T”“S”和篆体“山”。

其实，这并不是中国人民银行第一次发行“泰山币”。今年4月份，中国人民银行发行了2019吉祥文化金银纪念币一套，该纪念币共7枚，包含2枚金质纪念币和5枚银质纪念币。其中，两枚心形纪念币，金银各一枚，其中3克心形金质珠联璧合纪念币正面图案为“吉祥”纹饰，并铸有国名、年份，背面则是龙凤和玉璧组合纹饰，铸有“珠联璧合”字样。此外，2015年还发行了羊年扇形纪念币金、银币。

不过，总体来说，异形纪念币还是少见，如果成功预约并购买，要注意正确保存。

浙商银行工作人员表示，首先要有正确的拿币观赏姿势。注意不要直接用手接触币面。直接用手接触纪念币会留下汗渍，对纪念币的品相造成一定影响。

其次还要注意防潮。作为一种金属制品，纪念币对环境中的湿度要求很高。所以，在保存纪念币的时候，一定要注意纪念币存放的环境，可以放在大小适中的盒子中，也可以放在真空的塑料袋中，尽量避免与空气过多接触。

2019年北京拍卖季系列活动即将收官

拍卖季拍出50亿元

本报讯 记者李佳霖报道：日前，历时7个月的2019年北京拍卖季系列活动即将收官。活动期间先后举办了20场活动，实现拍卖成交额超过50亿元。此外，拍卖季的重点活动——2019京交会专场综合拍卖会，还以现场成交额15.99亿元的成绩，创下历次京交会拍卖活动成交新纪录。

2019年北京拍卖季创新活动形式采取主会场、分会场、多场次互动模式，线上、线下同步大联拍，延伸了主会场拍卖会时空界限，将活动影响扩大到全国。首届网络拍卖资产大联拍活动，汇集了全国188家拍卖企业集中开展不良资产等投资品类拍卖活动，5天内活动成交额超9.8亿元。

此外，活动期间还组织了不少鉴赏活动。据中国拍卖行业协会负责人介绍，京交会期间，“中国人喝中国咖啡”、网上认养“肃南羊”等展览及产品品鉴活动，让参与拍卖季活动的市民有深入的体验机会。拍卖季还推出了“丝桐金声”古琴演奏、“亲历十年——现象、数据与观察”等系列艺术鉴赏讲座。

据了解，目前全国拍卖企业已超过7500家，拍卖师1.3万名，遍及全国各省、区、市。同时，中拍平台等网络拍卖平台的发展也让线上线下同步预展及拍卖的形式在拍卖市场中广泛运用，让拍卖不再局限于固定的时间和空间。

一周短评

上市公司理财热降温

新闻回放：A股公司购买理财规模明显下滑。Wind数据统计显示，截至11月26日，今年以来A股共有1108家公司累计购买了18105只理财产品，累计购买理财规模11677.30亿元，购买规模同比去年下滑26.35%。其中，11月以来，共有292家A股公司购买理财，累计购买理财规模401.17亿元，购买规模同比去年下降58.87%。

点评：上市公司“理财热”降温主要有两方面原因，一方面是企业资金面较为紧张。前几年，上市公司发行股票往往能有超募，再加上经营中有冗余资金，因此会进行闲置资金理财。但在当前，受经济大环境影响以及超募现象的缓解，不少企业资金面较为紧张，无钱可理。另一方面是理财收益率持续走低。今年以来，货币政策保持稳健，充足的货币供应量为市场注入了较为充裕的流动性，市场利率下行，带动理财收益率下行。此外，在资管新规等监管要求下，银行理财净值化转型提速，一定程度上也影响了理财收益率。

A股市场新股频破发

新闻回放：11月26日，浙商银行上市首日盘中破发，引发关注。实际上，今年下半年以来，新股上市频频破发，相关新股上市后的收益率也因此有所减少。Wind数据显示，截至11月25日收盘，在今年上市的173只新股中，包括重新上市的招商南油和吸收外运发展上市的中国外运在内，有11只已经破发，其中，科创板破发的新股较多。此外，还有多只今年上市但濒临破发的新股。

点评：A股市场有一个习惯就是炒新，不论股票质量如何，只要是新股，就会争相认购，以至于新股破发现象非常少。如今频现破发，一个重要原因在于市场供应增加。此外，新股发行定价偏高也成为破发的主要动因。值得一提的是，破发是市场化机制下的正常现象，有利于整体估值回归，个股分化，提升定价效率。在这种情况下，打新以及参与次新股炒作的收益确定性将大打折扣，会在一定程度上影响投资者投资新股和次新股的热情，并有可能反过来进一步影响新股和次新股的表现。

外资保险加速在华布局

新闻回放：11月25日，安达保险宣布签约收购华泰保险15.3%的股份，此次收购完成后，该公司将持有华泰保险集团46.2%的股份。本月以来，多家外资保险公司扩大和深化在华经营和布局。安顾保险、安达保险、安联保险等相继表示，看好中国以及中国保险市场的长期巨大潜能。公开数据显示，2016年至2018年，外资保险公司保费同比增幅分别为35.33%、35.67%、10.01%。今年上半年，外资保险公司原保费收入达1722.12亿元，同比增长44.79%，创2015年以来新高。

点评：外资保险加速布局中国市场，得益于我国进一步扩大金融业对外开放。今年以来，相关部门先后推出包括放宽外资保险公司准入条件在内的开放政策。原本更多以参股形式参与的外资金融巨头，加速追加投资，直指控股权或独资身份，以期获得更大的市场份额。外资险企进来后，可以带来竞争和更多先进经验，有利于激发国内险企提高自身经营能力。对消费者来说，也意味着将来可选择的保险产品将会变多，选择余地也会变大。

（点评人：孟 飞）