银

经济日

理财子公司是银行理财转型过程中 的"新物种"。无论是在产品类型、 购买门槛、还是产品期限等方面, 较过去都有很大变化

除了门槛有变化,在产品期限上, 相较于传统银行理财产品,理财子 公司产品期限普遍偏长 1年以上期限的产品占比达



其中不乏2年乃至3年以上的 产品品种

财发现

2020年1月6日,杭州银行全资理财子 公司杭银理财有限责任公司正式营业, 开启 了2020年银行理财子公司发展新篇章。

2019年是理财子公司行业元年。2019年 6月3日,我国第一家银行理财子公司——建 信理财有限责任公司正式开业。截至去年 底, 共有34家银行设立(或申请设立)理财 子公司,其中10家银行开业,1家银行获批 开业,6家银行获批筹建。

业内人士认为,在监管部门引导和要求 下,2020年银行理财子公司还将迎来发展 "加速度",预计2020年度理财子公司开业数 量将较去年翻番。对此,广大投资者理应及 时了解银行理财子公司新动态,掌握银行理 财购买的"新玩法"。

为什么开设"理财子公司"?

"我是银行理财的'老客户',从最早在 柜台买,到如今在手机银行上买,这样的购 买途径我觉得很便捷,为什么银行还要单设 理财子公司呢?"家住北京海淀区的何女士提

何女士的疑问并非个例。银行理财作为 我国家庭资产配置的重要组成部分,一直都 是理财市场的"抢手货"。随着居民理财需求 不断提升,近年来银行理财市场规模也在飞 速发展。然而, 在理财市场规模扩张的同 时,一些风险隐患也随之出现。

"银行理财子公司的设立,标志着银行理 财从'影子银行'到'真正的资产管理',从 '刚性兑付''资金池'到净值化转型的全面 启航。"中邮理财有限责任公司副总经理刘丽 娜说,"潮平两岸阔,风正一帆悬",我国资 管行业正在进入健康发展新时期。

事实上,对于广大投资者而言,理财子 公司的出现,不会产生购买方式上的影响。 一位国有大行理财子公司工作人员表示:"目 前投资者可以通过母行手机银行和网上银行 购买理财子公司产品,未来是否推出子公司 的独立手机APP, 暂时还没听说。"

按照监管规定,银行理财转型需在2020 年底前完成,目前还处在过渡期内。记者调 查发现,在过渡期内,5家大行理财子公司 的经营模式都保留了原资产管理部门,以实 现总行与子公司协同作战, 共同推进理财业 务顺利转型。根据各家经营特色与职责分配 的不同,可细分为两大经营模式。一是委托 协同模式, 即总行将理财业务委托给理财子 公司,资管部门仅发挥统筹监督职能,如交 通银行、中国银行和农业银行; 二是双轨并 行模式, 即总行资管部门和理财子公司均发 行产品,如建设银行和工商银行。

除了防范风险,理财子公司还可以为资 管市场带来新的活力。"上述34家理财子公 司披露的合计注册资本为1445亿元,依据净 资本和风险资本要求,或可撬动23万亿元理 财市场。"普益标准研究员涂敏认为,监管政 策鼓励金融开放, 让理财子公司得以吸引有 实力的境外机构,将有利于引入国际资管行 业先进经验与发展体系,进一步丰富国内理 财市场的产品与服务供给。

产品类型发生什么变化?

理财子公司是银行理财转型过程中的

"新物种",无论是在产品类型、购买门槛、 还是产品期限等方面, 较过去都有很大

广大投资者最为关注的莫过于理财子公 司到底推出了哪些产品? 分析最早开业的建 行、工行、中行、农行、交行和邮储银行这 6家银行的理财子公司可以发现,截至目 前,上述子公司已发行了335款理财产品。 其中, 工银理财发布产品最多, 占据理财子 公司发行产品数量的八成。具体到产品线 上,目前理财子公司的产品线各具特色,表 现出同一方向上的差异化。

所谓"同一方向", 主要是指在理财产品 净值化转型中,各银行理财子公司多采用 "固收+"策略,从传统债券资产投资转向大 类资产配置,从被动管理型向主动管理型转 变。例如,工银理财的三大产品系列之一即 "固收增强",交银理财提出"主打稳健固 收",农银理财主要产品线围绕着"现金管 理+固收+混合+权益"展开,中邮理财第一 批产品即包括"中长期稳健型固收+策略产 品",以固定收益资产打底,精选高股息率股 票、上市打新、黄金ETF及ODII等优质

也就是说,理财子公司在固收类资产投 研方面继承了母行优势,但同时也在提升权 益类资产的投研能力和大类资产配置能力, 目前主要通过FOF、MOM和私募股权等形 式探索布局权益类投资。业内人士指出:"固 收类产品虽然稳健, 但收益通常较低, 在当 前的资产管理市场上,对投资者的吸引力往 往不够。未来随着投研能力提升,权益类资 产配置比例可能还会提升,以期增厚收益、 提高产品吸引力。"

所谓"差异化",则表现在各家理财子公 司在产品体系规划上的差异化战略布局,充 分发挥各自比较优势。如建信理财指数产品 完全精准对接粤港澳大湾区发展规划; 中银 理财借助中银集团全球化布局优势, 推出外 币类产品;交银理财包括商业养老、科创投 资、长三角一体化、要素市场挂钩等策略; 农银理财则在特色系列中体现惠农和绿色金 融;中邮理财第一批产品推出了"抗通胀" "养老"主题系列产品。

起购门槛降低了吗?

"我最满意1元起购的政策,因为 参加工作不久,还没多少积蓄。"刚入 职小学美术老师的张达说。

与张达有同样感受的投资者不在 少数。一直以来,银行理财因为有"5 万元"起购门槛饱受诟病。在监管的 引导下,银行理财门槛逐渐 降低。



起投的机构产品也有14%的比例。此外,1 万元起投仍是理财子公司重点布局的品种,1 万元起投个人产品占比43%, 机构产品则占 比过半。普益标准研究员康箐芸表示:"低起 点的产品有助于扩大客群范围,将原有投资 门槛之下的长尾客户纳入, 展现出银行理财 子公司产品的特殊优势。"

与此同时,在业内人士看来,1元投资 门槛, 既可以惠及更多人, 又可以让投资者 采用更灵活的投资策略,做更丰富、更个性 化的投资。随着多家银行系理财子公司陆续 开业,未来的惠民服务也会越来越多。

除了门槛有变化,在产品期限上,相较 于传统银行理财产品, 理财子公司产品期限 普遍偏长,1年以上期限的产品占比达 68%, 其中不乏2年乃至3年以上的产品品 种。"产品期限拉长可以更好地满足期限匹配 要求, 也是理财投资者逐渐培养长期化意识 的体现。"康箐芸说。

2019年 是理财子公司行业的元年 2019年6月3日,我国第一家银行理财子 公司——建信理财有限责任公司正式开业 共有设立(或申请设立)理财子公司 的银行有 34家 其中 - 10家 获批开业 ▶ 1家 获批筹建

2020年

银行理财子公司将迎来发展"加速度", 预计2020年度理财子公司的开业数量将

注意! 这些金融产品"销售套路"违规!

本报记者 郭子源

"我行新推出一款'财富1号'投资 性保险产品, 近期大家都在购买, 您也赶 紧行动吧。"当收到类似银行营销短信时, 你可曾想过,这款投资性保险产品的经营 主体其实并非银行,而是另有他人?

"A产品年化收益率4.5%, B产品月 复利5.12%计息。" 当看到关于收益率的表 述时, 你是否会去翻阅理财产品说明书, 并对该信息进行核实?

面对防不胜防的"销售套路", 受信息 不对称影响,金融消费者往往成了弱势群 体。但值得注意的是,以上种种不规范行 为即将迎来监管层的"重拳整治"。

日前,中国人民银行、中国银保监 会、中国证监会、国家外汇管理局联合发 布了《关于进一步规范金融营销宣传行为 的通知》,并于2020年1月25日起执行。 与此同时, 央行也正在就《金融消费者权 益保护实施办法(征求意见稿)》向社会

公开征求意见。 经记者调查梳理,目前金融产品的 "销售套路"集中在4个重灾区。一是金融 机构将代销产品混为自有产品销售, 欺瞒 消费者; 二是夸大产品收益, 有意规避风 险提示,误导消费者;三是刻意规避监管 部门对"销售过程实施录音录像"的相关 要求,导致纠纷发生后消费者缺乏维权证 据;四是采用不当方式收集消费者个人信 息,并违规使用。

针对以上问题,《通知》明确提出了 "八不得"禁止性规定:不得非法或超范围 开展金融营销宣传活动;不得以欺诈或引 人误解的方式对金融产品或金融服务进行 营销宣传; 不得以损害公平竞争的方式开 展金融营销宣传活动;不得利用政府公信 力进行金融营销宣传;不得损害金融消费 者知情权;不得利用互联网进行不当金融 营销宣传;不得违规向金融消费者发送金 融营销宣传信息;不得开展法律法规和金 融管理部门认定的其他违法违规金融营销

宣传活动。 "在销售银行理财、保险资管等产品 时,不能对产品的未来效果、收益或相关 情况作出保证性承诺,不能明示或暗示保

本、无风险、保收益。" 央行相关负责人 说,金融消费者要对假借政府公信力为自 己"贴金"的销售行为提高警惕,这种手 法往往更具隐匿性。

具体来看,部分金融机构在销售产品 时,故意偷换概念,把产品"已在监管部 门备案""已经监管部门审核"等信息异化 成"监管部门对该产品提供安全保证、提 供信用背书"等信息,误导消费者忽视该 产品的投资风险。

为此《通知》要求,不得利用政府公 信力进行金融营销宣传,不得对未经国务 院金融管理部门或地方金融监管部门审核 或备案的金融产品或金融服务进行预先宣 传或促销。

值得注意的是,随着移动互联网高速 发展,金融产品的销售行为已逐渐进入社 交网络,如"朋友圈广告"。然而,此类行 为今后将可能涉及违规。

《通知》要求,金融机构不得允许从 业人员自行编发或转载未经相关金融产品 或金融服务经营者审核的金融营销宣传信

息。也就是说,发朋友圈营销产品可以, 但这个营销信息必须是经过金融机构审核 的、规范的信息,不能是业务人员自己随 意编写的信息。

此外,针对当前部分金融类APP过度 收集消费者个人信息的行为, 央行在《金 融消费者权益保护实施办法(征求意见 稿)》中突出了"消费者金融信息保护"。

"消费者金融信息"包括个人身份信 息、财产信息、账户信息、信用信息、金 融交易信息,及其他与特定消费者购买、 使用金融产品或服务相关的信息。

"如果消费者发现金融机构违反法律 法规、监管规定或双方约定, 收集、使用 了自己的金融信息,那么,消费者有权要 求金融机构停止使用并删除前述金融信 息。"央行负责人表示,如果发现金融机构 收集、存储的金融信息有误,消费者有权 要求其予以更正,提出投诉。"如果对投诉 结果不接受,消费者可以向央行投诉,即 通过金融机构住所地, 或经营行为发生地 的中国人民银行分支机构投诉。"

理财新招

年终奖来了, 想好怎么花了吗?

本报记者 董碧娟

眼下,不少人已经或者即将领到年终奖。虽然数量多 少因人而异, 但领到手都让人高兴。对于这笔钱, 大家想 好怎么花了吗?日前,记者就此专访了投资管理专家—— 国泰君安证券股份有限公司董事总经理周文渊, 请他给大

"年终奖是过去一年努力工作的回报,某种意义上可 以看作一项稳定的现金流。如何使用年终奖需要有明确规 划。大致来看,需要安排好两个比例。"周文渊举例说, 第一个比例是消费和投资比,一般来讲为了未来现金流的 可持续性,消费比重在30%左右较为合适,另外70%可 以用来投资。

周文渊说, 第二个比例是年终奖用来投资的部分, 需 要确定分类资产配置比重,这个比重可以有多种选择。综 合来看,要在确认投资部分的预期年化收益率和所能承受 的风险之后,资产配置的安排比例也会随之更明确。

年年岁岁奖金相似,岁岁年年花法不同。周文渊认 为,"随着居民收入增长,居民消费也在不断升级。创新 消费将主要体现在以下3个方面。一是健康方面的消费, 如体育方面的消费支出比例会提升; 二是知识方面的消 费,特别是科技普及等相关领域的消费比例会上升;三是 传统消费将面临全面升级"。

如果将年终奖都拿去投资,有哪些途径和产品可以选 择?"目前的投资有很多种路径,产品也非常丰富。"周文 渊介绍,首先要做好资产配置设计,规划好分配到股票资 产多少比例, 分配到债券、现金和黄金等资产又有多少比 例。随着资本市场机构占比提升,居民个人参与投资的竞 争劣势越来越明显,建议居民要参与投资还是请专业机构

"比如买卖股票资产,可以从证券公司、基金公司等 渠道获得金融服务,包括资产管理和投资顾问服务;买卖 黄金、债券等资产,银行、证券公司、基金公司都可以提 供很好的服务和金融产品。"周文渊说,目前由于权益市 场表现不错,债券收益率也有一定吸引力,居民在配置资 产的时候可以考虑股债混合产品。

眼看春节即将来临, 买年货、添新衣、给亲友发红包 等"常规操作"已在路上。面对年终奖,不少人都会产生 "辛苦一年了,对自己好点儿"的消费冲动,如何避免不 理性和盲目的消费呢?

"春节期间消费,要避免攀比、浪费,不参与迷信活 动。避免不理性消费的一个重要方法就是制定投资计划, 按固定比例开展资产配置投资。"周文渊说,首先,基金 定投是一个常规投资工具,可以有效利用资金持续获得回 报。其次,可以多投资一些短期理财产品,提供现金回 报。同时,还可以坚持长期理念,选择一些好的金融产品

用好年终奖体现了一种消费观、理财观甚至价值观。 周文渊表示:"理财观念和理财习惯对做好投资非常重 要,有怎样的理财观念就会形成相应的理财习惯。好的理 财观念背后是确立长期回报、复利增长的价值观。投资不 -锤子买卖,普通人更应注重长期稳定的增长和回报。

周文渊建议,做好投资需要对个人的风险偏好有清晰 认知, 即要有预期收益和预期损失的概念。预期收益波动 对应着不同产品类型,必须认识到任何投资都是有风险 的,风险和收益是大体对等的。

"在投资过程中还要有资产配置理念,也就是常说的 '不能把鸡蛋放到一个篮子里'。投资中,需要多元配置, 适当调仓,可以获得稳定收益。"周文渊说,大众对于收 益率要加强认知,坚决规避P2P、高风险的炒币,对高风 险期货交易等保持警惕。

最近,某移动支付平台发布了个人2019年消费账 单。不少网友看到后惊呼:原来自己一年花了这么多 钱!目前,对于大多数人尤其是年轻人来说,没有随时 记账的习惯。对此,周文渊建议:"记账可以帮助大家 对自己的消费回头看,分析账目运作,总结经验教训, 从而逐步调整和完善理财。坚持记账有助于养成更好的 投资和消费观。"

