

7 财金 理财产品竞争不能只靠打折

2024年6月21日 星期五

进入6月，又一批理财产品开始“打折”了。多家理财公司公告称，将阶段性调降理财产品费率。具体来看，调降的费用类别主要涉及固定管理费、销售服务费、托管费等，产品类别主要涉及固定收益类产品等。

打折、降费是理财公司吸引投资者的有效途径之一，在确保产品服务不变的前提下值得肯定，一定程度上实现了投资者、理财公司“双赢”。对投资者来说，花更少的钱获取同等优质的金融服务，相当于额外赚了钱。对理财公司来说，尽管阶段性降费导致收入有所减少，但产品规模上升了，投资者黏性增加了，公司关注度提升了，以量补价也不失为一种经营策略。实际上，自2023年起，理财公司郭子源已开展多轮降费活动，本次降费也符合市场预期。

但需注意，提升理财产品竞争力不能只靠打折。降费手段极易被同行复制。到头来，大家都降费，谁的竞争力也没得到凸显。更为重要的是，因降费导致的理财公司经营压力最后很可能由投资者埋单，这是投资者、理财公司都不愿意看到的结果。

理财公司要锻造自己的核心竞争力，关键在两点。一方面，要修炼内功，扎扎实实提升投资研究能力。理财的核心在于资产，资产的核心在于配置管理。自从银行理财打破刚性兑付、开启净值化转型，各家比拼的就是投资研究能力、资产配置能力。为此，可进一步完善激励约束机制，加强基础能力建设，丰富投资研究体系。尤其要强化市场研判分析，提升投资研究的广度、深度与精度。

另一方面，要下大力气提升服务态度与水平。有了好产品，还要有把产品卖出去、维护好的能力。长期以来，理财产品服务的质量时不时被诟病。有的偷换概念、模糊说辞，将高风险理财产品卖给低风险承受能力的客户，甚至有个别银行网点存在私售“飞单”等违法违规行为。接下来，理财公司要下大力气优化服务态度，提升服务水平，既完善代销渠道，又丰富触达客户的途径。

本版编辑 于泳 武亚东 美编 王子萱

打折

货币政策坚持支持性立场

6月20日，中国人民银行授权全国银行间同业拆借中心公布新一期贷款市场报价利率(LPR):1年期LPR为3.45%，5年期以上LPR为3.95%，均与上期持平。作为金融机构贷款利率定价之“锚”，LPR保持不变是否意味着货币政策立场发生了改变?近期，相关部委负责人与业内专家对此进行了探讨。

把握处理好三方面关系

5月末，社会融资规模同比增长8.4%，M2同比增长7%，均高于名义GDP增速;5月份新发放贷款利率为3.67%，处于较低水平;目前，结构性货币政策工具余额约7万亿元，约占人民银行资产负债表规模的15%，聚焦支持小微企业、绿色转型等国民经济重点领域和薄弱环节……今年以来，货币政策有力有效支持实体经济延续回升向好态势。在第十五届陆家嘴论坛上，人民银行行长潘功胜回顾货币政策及成效时，强调货币政策立场是支持性的。

“今年以来，全球通胀高位降温，但仍有较强的黏性。欧洲央行等一些央行已经开始降息，另外一些央行还在观察，预期今年晚些时候可能也会降息，但总体上还保持着高利率、限制性的货币政策立场。中国的情况有所不同，货币政策的立场是支持性的，为经济持续回升向好提供了金融支持。”潘功胜表示，展望未来，我们将继续坚持支持性的货币政策立场，加强逆周期和跨周期调节，支持巩固和增强经济回升向好态势，为经济社会发展营造良好的货币金融环境。潘功胜强调，在调控中将注重把握和处理三方面关系：一是短期与长期的关系。把维护价格稳定、推动价格温和回升作为重要考量，灵活运用利率、存款准备金率等政策工具，同时保持政策定力，不大大放收。二是稳增长与防风险的关系。统筹兼顾支持实体经济增长与保持金融机构自身健康性的关系，坚持在推动经济高质量发展中防范化解金融风险。三是内部与外部的关系。主要考虑国内经济金融形势需要进行调控，兼顾其他经济体经济和货币政策周期的外溢影响。

“央行权衡短期目标的最主要体现是坚持逆周期和跨周期调节。”东方金诚首席宏观分析师王青认为，疫情期间货币政策加大逆周期调节力度，应对短期冲击，金融总量指标增速快于名义经济增速，融资成本显著下降，稳住了宏观经济大盘。同时，政策出台及



操作也留有余地，疫情防控

平稳转段后，货币政策力度才能逐步回归，经济结构转型升级和高质量发展等中长期目标持续推进。

围绕平衡稳增长与防风险，仲量联行大中华区首席经济学家兼研究部总监庞溥表示，央行坚持实施稳健的货币政策，强调把握好力度和节奏，是综合考虑稳增长与防风险后的选择。总量上努力保持银行体系流动性处于合理水平，保持货币信贷与实际需求匹配，同时又坚持不搞“大水漫灌”。价格上引导商业银行向实体经济让利，同时也要实现银行自身稳健经营，支持银行补充资本金、引导银行负债端成本下行，增强银行服务实体经济的可持续性。结构上引导加大重点领域和薄弱环节支持力度，同时坚持市场化法治化原则，由银行自主选择贷款对象并自担风险。

对于统筹内部与外部均衡，光大银行金融市场部宏观研究员周茂华表示，货币政策首先立足国内发展。在政策周期错位下，我国货币政策顶住了外部政策收紧压力，降准降息创造宽松环境，支持扩大了国内有效需求。发达经济体前些年长期实行零利率乃至负利率政策，近年来为解决高通胀问题又快速大幅加息;我国一直坚持政策连续性和稳定性，既保持对实体经济

足够支持，又避免大大放收，不会对经济金融稳健运行带来冲击。

价格型调控发挥更大作用

在陆家嘴论坛上，潘功胜还分享了对未来货币政策框架演进的思想。他提到，为了实现最终目标，货币政策需要关注和调控一些中间变量，主要发达经济体央行大多以价格型调控为主，而我国采用数量型和价格型调控并行的办法。

货币政策框架从以数量型为主向以价格型为主转型，是现代货币政策框架的重要标志。随着金融市场的发展和现代化程度的提高，美、欧、日央行在上世纪80年代至90年代都曾出现过金融脱媒加速，数量目标可控性、可测性以及实体经济相关性下降的过程，并逐步淡化数量中介目标，转向价格型调控。近期，金融总量数据受“挤水分”、理财分流等多重因素影响阶段性下行，可能意味着中国货币政策框架进入转型时刻，要更加注重发挥利率调控作用。

“近年来我们持续推进利率市场化改革，已基本建立利率形成、调控和传导机制。从央行政策利率到市场基准利率，再到各种金融市场利率，总体上能够比较顺畅地传导。”潘功胜说，但也有些可改进的空间。比如，央行政策利率的品种还比较多，不同货币政策工具之间的利率关系也比较复杂。未来可考虑明确以央行的某个短期操作利率为主要政策利率，目前来看，7天期逆回购操作利率已基本承担了这个功能。其他期限货币政策工具的利率可淡化政策利率的色彩，逐步理顺由短及长的传导关系。同时，持续改革完善贷款市场报价利率(LPR)，针对部分报价利率显著偏离实际最优惠客户利率的问题，着重提高LPR报价质量，更真实反映贷款市场利率水平。

调控短期利率时，央行通常还会用利率走廊工具作为辅助，把货币市场利率“框”在一定的区间。目前，我国的利率走廊已初步成形，上廊是常备借贷便利(SLF)利率，下廊是超额存款准备金利率，总体上宽度比较大。这有利于充分发挥市场定价的作用，保持足够的弹性和灵活性。不过，这也伴随着一定权衡，市场对央行的利率调控合意区间不是特别明晰，心

科创板开启新一轮改革

本报记者 祝惠春

6月19日，证监会发布《关于深化科创板改革 服务科技创新和新质生产力发展的八条措施》。作为注册制改革的起点和“试验田”，科创板正迎来开板五周年。“科创板八条”的出台，是科创板深化改革的重要标志。今年4月，证监会发布了资本市场服务科技企业的十六项措施。“科创板八条”将和“科创十六条”携手发力，进一步强化对科技创新和新质生产力支持的精准性、有效性，将为科创板和资本市场注入新的发展动力。

“科创板八条”创新亮点引起市场关注和热议。“科创板八条”提升优质未盈利企业在科创板上市制度的包容性，支持具有关键核心技术、市场潜力大、科创属性突出的优质未盈利科技型企业上市。专家表示，未盈利科技型企业不等同于“差企业”，科技企业研发投入导致的亏损，与传统意义上因经营不善、竞争力不强而导致

的亏损存在本质区别。未盈利但是未来有良好发展前景和巨大成长性的公司，很多都处在技术攻关和产业化的关键阶段，正需要资本市场赋能，将来也能和投资者一起分享利益。

2023年，科创板公司全年合计实现营业收入13977.8亿元，全年平均毛利率达到41.7%。2019年以来的营业收入和净利润的复合增长率分别达到23.3%和24.4%。2023年，科创板公司研发投入金额合计达到1561.2亿元，同比增长14.3%，研发投入占营业收入比例中位数为12.2%。

“科创板八条”还对深化发行承销制度作出了诸多试点安排。例如，科创板将试点统一执行3%的最高报价剔除比例。上交所有关负责人表示，这是为了进一步加大网下投资者报价约束、引导理性报价。专家表示，此举将鼓励投资者强化自我约束、增强报价研究，进一步压实“买者自负”

责任。

此外，“科创板八条”还探索建立“轻资产、高研发投入”认定标准，支持再融资募集资金用于研发投入。这将促进科创企业聚焦主业、加大研发投入，加强对关键核心技术的攻关。“科创板八条”还在“完善交易机制，防范市场风险”的政策中安排了诸多创新举措。例如，研究优化做市商机制，将科创板ETF纳入基金通平台转让，研究适时推出科创50指数期货期权……这些改革旨在提升科创板交易的活跃度。

科创板高质量发展离不开严监管、“全链条”监管，将从严打击科创板欺诈发行、财务造假等市场乱象，进一步压实发行人及中介机构的责任，有效保护中小投资者合法权益。同时，强调严格执行退市制度，坚决防止“害群之马”“僵尸空壳”在科创板出现。

山东省济南高新区 精准护航经济社会高质量发展

2024年以来，山东省济南高新区巨野河街道纪检监察工委立足高新区“三次创业”新征程，积极践行“541”发展路径，深入开展清风护航行动，强监督、抓作风、筑防线，有力有效监督护航街道经济社会高质量发展。

强监督，助推重点工作“加速跑”。下好政治监督“先手棋”。强化履职担当，督促落实党风廉政建设责任制，对岗位风险点和倾向性问题及时提醒纠偏。打好专项监督“主动仗”。聚焦职能部门履职、政策落实、工作推进等情况，深入开展乡村振兴领域腐败和不正当之风、安全生产、耕地保护、农村供水等领域专项监督。持续延伸监督“触角”。建立村“两委”干部廉政档案，发挥村务监督委员会和村纪检委员在推进村级民主决策中的监督“前哨”作用。

抓作风，提振干事创业“精气神”。开展“作风提升”集中活动。巨野河街道纪检监察工委将“五个护航”行动与街道争创“六个一流”工作相结合，对街道各相关部门的工作开展情况、机关效能情况进行督查。坚持纠“四风”树新风，以“拼作风”保障“拼经济”。

筑防线，激活融合发展“廉动力”。强化警示教育筑牢思想防线。将监督触角延伸至村级党支部，一体推进“三不腐”机制。开展“廉洁共建”凝聚发展合力。与辖区内企业开展“纪企共建”“河合与共”等融合发展活动，开展多种形式警示教育。拍摄廉洁微视频传递正能量，组织党员制作聚焦岗位职责、价值取向的微视频2部，促进形成思进、思干、思廉的良好局面。

(数据来源:济南高新区巨野河街道纪检监察工委) 广告

浙江省海宁市斜桥镇 产业发展与人才培育良性互促

近年来，浙江省海宁市斜桥镇聚焦战略新兴产业，坚持人才驱动，在产业经济领域展现出强大的活力与韧性。积极打造以人才项目为龙头牵引，以项目发展为内生动力的人才培养链条，引育海内外重点人才20余名，推动了泛半导体、新能源等产业蓬勃发展。

新兴产业势头强劲，少不了传统产业根基深厚，更少不了不断创新，这样才能构建稳固且富有活力的经济体系，让斜桥镇能在现代化发展的道路上步步为营、稳扎稳打。

逐渐壮大的高素质劳动者队伍，便是支撑斜桥镇现代化建设的坚实基础。“我们根据‘企业缺什么工种，就培训什么工种’这一原则，在2024年4月份开办了初级电工培训班，就是为了帮助企业解决电工数量不足的问题。”斜桥镇相关负责人介绍。

斜桥镇将继续开展育婴员、劳动关系协调员、园艺师等各类职业技能培训活动，为斜桥镇高素质劳动者队伍加码赋能。产业为人才提供广阔舞台，激发更大潜能;人才则为产业注入创新源泉，引领发展方向。在斜桥镇，人才政策不断完善，激励机制持续创新，为人才的成长与发展保驾护航。

展望未来，斜桥镇将继续依托产业经济与人才的良性互动，在时代的浪潮中勇立潮头。不断挖掘产业潜力，提升人才吸引力，打造一个产业繁荣、人才汇聚的魅力之地，书写属于斜桥镇的辉煌传奇，为区域发展贡献力量。

(数据来源:浙江省海宁市斜桥镇政府) 广告

中国农业银行山西省分行 加大金融支持“土特产”服务力度

2024年以来，中国农业银行山西省分行(以下简称“农行山西分行”)积极落实国家关于做好“土特产”的相关要求，因地制宜支持特优农业。围绕山西省“南果、中粮、北肉、东药材、西干果”5大平台优化升级，农产品“三品一标”行动，聚焦专业镇、产业园、产业强县等特优农业集聚区，制定“全产业链服务方案，加大“晋品e贷”推广力度。围绕“培优晋粮、叫响晋菜、提升晋果、做强晋肉、振兴晋药、擦亮晋醋”的服务目标，农行山西分行持续加大金融服务力度。截至5月底，全行“晋品e贷”余额102.23亿元，较年初增加15.11亿元，贷款增长17.34%，高于全行贷款8.74%的增长率。

特优农业的主体包括农户、家庭农场、农民专业合作社、农村集体经济组织和农业企业等。农行山西分行通过开展客户大走访、下基层、专项客群营销等活动，加大对农业客群的服务力度。以“突出重点、横向分类，纵向分层、抓早抓实”为原则，省市县三级全面开展“强基蓄能”县域和涉农法人企业(单位)大走访活动。活动中对926户省级及以上农业产业化龙头企业、1208个省级及以上农民专业合作社等客群开展专项对接，持续做好金融服务推广。

为了完善“线上+线下+远程+流动”县域服务体系，农行山西分行科学合理布局，新建和迁址网点不断向机构

未建立的中心乡镇、人口大镇倾斜。加快推广“乡村版”掌银，引入非金融涉农场景。加强“乡村振兴频道”建设运营，围绕农特产品、县乡商圈、乡村公益、兴农头条等涉农场景，探索区域特色服务。保持“惠农通”服务点总量稳定，乡镇覆盖率稳中有升。加快推广线上化服务功能，强化惠农服务点运营和风险管控，促进转型升级和发展质效提升。持续开展服务团队进村入户“百团争先”活动，在村委会建立农村金融工作室。借助远程视频、机器人交互、云客服、智能外呼等工具，提升农村市场精准触达能力。

农行山西分行积极探索“一产业一方案”“一园区一方案”服务模式。围绕省级农业产业化龙头企业、绿色食品认证企业、省级农民专业合作社示范社等，开展专项营销活动。今年3月份以来，在全行绿色有机食品企业专项营销活动中，主要围绕1024户山西省绿色有机食品企业开展专项营销，围绕“天天有营销，周周有投放”目标和“宜企则企、宜户则户”的贷款投放模式，持续加大对绿色有机食品客户的金融服务覆盖。截至5月底，全行已为705户绿色食品企业或相关负责人投放贷款3.22亿元。

(数据来源:中国农业银行山西省分行) 广告