

2011 理财产品: 狂飙后步伐变从容

核心提示

□记者 樊娅丽

股市低迷,央行不断加息,催热了理财产品。理财产品在2011年呈现短期化、高收益的特点。由于监管措施出台,人民币超短期理财产品发行遇冷。面对这种变化,银行向投资者抛来的美味馅饼,您该如何接招?



绘图 玉明 雅琦

“环境创优”结硕果
“作风转变”立新功

以创新为抓手 实现跨越式发展

□记者 李永高 通讯员 任建军

3日,市委十届五次全会提出在全市深入开展“作风转变年”活动,这是继2011年实现“环境创优年”之后,市委围绕抢抓中原经济区建设重大机遇,紧扣富民强市的总体目标,提出的新规划,这也是对金融机构服务经济提出的新要求。

去年以来,交通银行洛阳分行业务发展指标连续多次在全国系统内位居第一,在当地同行业保持领先,成功营销一家上市公司IPO收款行,两家上市公司IPO资金监管行,累计带来新型存款10余亿元;开发汽车供应链核心客户11户,新增日均存款4300万元。通过交银信托平台,为本地企业办理1.5亿元资产入池项目。

“这些成绩的获取,得益于市委的环境创优活动。”交行洛阳分行负责人介绍,该行以开展“环境创优”活动为契机,全面提升窗口单位的服务品质,塑造良好的社会品牌形象。

受国际金融形势、流动性紧张、监管趋紧等因素影响,商业银行经营面临多重压力,他们结合自身情况,以强化服务管理为手段,以促进服务和岗位价值提升为出发点,以创新为抓手,积极尝试和大胆突破,以体制改革和机制创新、策略创新和思路创新拉动业务创新,使全行上下呈现勃勃生机。

以体制改革提升发展能力。面对日新月异的市场变化,交行洛阳分行审视自身定位,积极开展经营管理体制改革,加大管理力度和管理模式的创新力度,从而有效提升了市场反应能力;人员结构和分布更趋科学,营销发展能力显著提升;突出营销服务职能,提高了管理效率和市场竞争力,极大地释放了生产力,为促进业务发展奠定了坚实基础。

创新营销机制, 调动整体经营活力。交行洛阳分行积极创新营销体制,拓宽营销渠道,为业务开拓和产品创新提供了优越环境。强化省行支撑,推进条线化经营;加强队伍建设,盘活人力资源;以市场调研为抓手,拓宽信息渠道,加强与政府部门和行业协会的沟通与联系,做好项目储备,深入调研了解企业需求,借助创新型业务拉动存款快速增长;多方位谋求深度合作,不断拓展新的营销渠道和发展空间。

打造财富管理银行, 创新品牌策略。创新客户发展理念,整合资源打造财富管理银行品牌,拉动储蓄存款增长,提升盈利水平。结合“沃德五周年”活动攻势进行多渠道品牌宣传,充分运用交行集团资源,组合打包优势产品,打破个金、零贷条线限制,建立整体营销团队。

“‘作风转变’是对‘环境创优’的深化、提高。”交行洛阳分行负责人称,他们仍将以创新为抓手,紧跟宏观形势调整市场定位,瞄准优势行业和新兴产业,运用灵活高效的运营机制,快速反应抢抓市场机会;把本土大型企业作为核心和立足点,筛选优质企业,为其提供全方位个性化的金融服务,同时统筹兼顾促进客户结构优化;以业务创新为中心,继续加强自主创新能力,大力推动新型存款、贸易融资、资产管理池等创新型业务,深化战略转型和经营管理创新,巩固优势,化解劣势,稳扎稳打实现长线发展,实现业务持续健康发展。

短期化、高收益,理财产品“短打”吸金

从2011年年初开始,理财产品市场就一直上演疯狂行情。根据Wind数据库,自2011年1月1日至2011年12月31日,各商业银行共发行理财产品23593款,产品数量相当于2010年同期发行量的两倍。投资标的主要集中在债券、利率和票据上。

在央行连续加息和上调存款准备金率的市场环境中,一些理财产品的年化收益率也

随之逐步调高,经常在同期银行基准利率基础上上浮几个百分点。2011年7月7日,央行加息。于是,部分银行理财产品的预期年化收益率提高0.1%~0.3%。一些银行推出的“加息保护”型理财产品很给力,一经推出就很快被抢空。

工商银行洛阳分行贵宾理财中心国际金融理财师王飞表示,在市场利率、贷款利率上

升的情况下,理财产品收益率提高属正常情况。

去年,很多储户每次到银行办理业务,都会主动询问是否有较好的理财产品,在保本的同时增加些收益,他们往往热衷于投资期限为15天、30天、1个月、3个月、6个月的理财产品,这些短期产品一度成为市场的主流,收益率在3%~6%之间。

短期产品降温,可重点配置中长期产品

“大家都说理财产品能挣钱,那咱也掏钱买,只是把理财产品说明书带回家就让它睡大觉,什么债券型理财产品、票据型理财产品,看得人一头雾水。”60岁的闫女士说。

不可忽视的是,不同银行间的市场争夺战日趋白热化。在各项压力和利益的驱动下,部分销售人员为了提高业绩,向投资者片面夸大产品收益,隐瞒潜在风险。针对银行理财市场运行过程中暴露出来的各类问题,相关监管部门不断加大了对银行理财市场规范和整顿的力度。去年7月下旬,银监会建议慎发

7天以内的超短期理财产品,且不能为“冲时点”拉存款随意抬高理财产品收益率;10月,银监会正式印发了《商业银行理财产品销售管理办法》;10月24日,中国银监会副主席周慕冰表示,银行理财业务要回归“代客理财”的本质。

建设银行洛阳私人银行国际金融理财师张从芬告诉记者,在去年7月,投资期限为1个月以内的理财产品占四成,到了11月,1个月以内的理财产品占比缩水至19.76%,投资期限为1~3个月、3~6个月的理财产品占市场主流。“监管要求严了,投资

方向收紧,譬如信托类、贷款类产品数量有一定萎缩,理财产品发行规模和收益率必定会受影响。”交通银行洛阳分行沃德理财中心国际金融理财师王晓颜说,2011年国庆节以后,短期理财产品的发行数量和收益率都比不上上半年。

张从芬建议,考虑到2012年央行货币政策或将出现多次微调,并且目前储蓄利率水平仍处于高位,投资者可重点配置中长期产品,并在节假日期间配置少量短期产品或可随时赎回的开放式理财产品,增加资金的灵活性。

13只券商理财产品今年到期

□据《证券时报》

Wind数据统计显示,13只券商集合理财产品将在2012年到期。其中在3月份率先到期的华泰紫金3号和中信理财2号均计划展期。

部分券商认为,相较于产品新设,展期有着操作简单、成本较低及品牌效应等优势,对于存续期满的理财产品,一般情况下普遍倾向于展期。不过也有业内人士认为,在市场低迷的情况下,不少券商现有的理财产品遭遇滑铁卢,新成立的产品反而更容易让客户接受。

13只产品将到期

数据还显示,中信股债双赢和创业1号安心回报将在4月份到期。

最新的产品净值数据显示,今年将到期的13只券商集合理财产品中,南京神州2号、上海证券理财2号和创业1号安心回报3只产品的份额净值均高于1元,分别为1.019元、1.016元和1.014元;其余10只产品净值均在1元以下,其中1只4月份即将

到期的产品最新净值仅为0.666元。

对比上述13只产品成立时的规模和最新份额可发现,仅有中信理财2号增加了13.6亿份、长江超越理财2号的规模没有变化外,其余产品的规模均出现不同程度缩水。

值得注意的是,上述产品中有7只最新份额在2亿以下,其中还有3只产品最新份额在1.2亿以下。一旦开放申购赎回,如果赎回客户居多,产品存续规模有可能低于1亿元,将触发产品存续期连续20个工作日低于1亿元而提前终止的存续条款。

一创及中信提交展期申请

据了解,第一创业和中信证券均在去年12月向监管部门提交了旗下集合理财产品的展期申请,并已相继获得受理。华泰紫金3号也在去年底向客户发布了该产品合同变更事宜征询意见,计划不再设定固定存续期。

而早在去年9月,中信证券就已在其官网上为中信2号发布展期及合同变更征询函。中信2号计划修改的合同内容包括不再设定具体产品存续期限、不再设定风险准备

金条款等。

随后在去年的11月,中信证券也发布今年4月存续期满的中信股债双赢计划展期的消息。“由于市场持续低迷,为有效保护投资者的利益,公司拟向证监会申请展期。”中信证券表示。与此同时,中信证券还计划修改中信证券股债双赢的合同,包括将存续期满不展期变更为可展期,同时增加展期流程的相关约定、拟取消存续期内规模上限的限制等条款均向客户作了相关变更征询。

“创业1号安心回报的产品过往业绩口碑不错,所以我们为其申请了展期。”第一创业资产管理部相关人士表示。公开信息显示,创业1号安心回报以投资公司债券等固定收益类产品为主,2009年成立至今的累计净值为1.085元。

据了解,在一般情况下,过往业绩表现较好的券商理财产品普遍倾向于展期。相较于新设一只产品,现有产品的展期对于券商而言有着操作简单、成本较低的优势。“产品的存续期延长后,投资者的认可度也会相对提高。”深圳某券商资产管理部产品设计相关人士表示。