



理财产品也能看收益也要防风险

绘制 崔莉莎



核心提示

□据 金融界

如今,团购已经成为很多人离不开的一种消费方式。从最常见的服饰、食品、家电到酒店、温泉、旅游,现在这种时尚的团购风潮甚至瞄准金融市场。理财产品也能“团”了,理财卡、投资银条、纪念币、千足金金条甚至基金、保险等,统统成了热门的团购产品。不过,银行理财人士表示,团购理财产品在降低了投资门槛的同时,也存在隐忧。

1 团购理财产品网上热卖

农历岁末,银行理财产品扎堆上市,备受关注。没时间去银行咨询购买,你可以试试到网上“淘一淘”。

近年来,理财产品的团购热潮愈演愈烈。淘宝网首次出现了金融理财产品专区,并宣称这是“理财第一团”,其推出的理财产品主要分两类:一类是与一家银行合作的智能存款服务,另一类则是与一家保险公司合作的保险产品。

团购理财产品虽然听着有些新鲜,但是依然受到投资者的追捧。在其推出的理财产品中,保

险理财产品明显更受青睐,三款产品均遭疯抢。其中,一款被热推的产品短短三天内便引来4365人下单购买,按每单1万元起购,即该产品总共卖出了1.01亿元,刷新了中国网购单品纪录。同样,另一“智能存款”的理财服务也被50219人抢购,卖出200多万元。

事实上,理财团购这种形式并非刚刚出现,2011年年初,就曾有某股份制银行推出一年期美元产品的团购计划,即老客户只要带领一位新客户一起购买理财产品,就能以普通客户的购买金额,

享受高端客户的产品收益。然而,由于销售状况不佳,该产品在当年年底即被叫停。

基金团购几年前也曾大行其道,当时基金的赚钱效应让许多投资者热捧,较高的申购费用一度催生了团购基金的风潮。2006年就有第三方理财机构在网上推出“基金团购”活动,创下两天销售2000万份基金产品的纪录。不过,在2008年股市大熊市以及基金业竞争激烈的市场环境中,基金公司下调了申购费率,这些网站很难再从中分羹,基金团购就渐渐销声匿迹了。

2 低门槛与高收益的双重诱惑

在CPI不断上升的背景下,理财产品自去年以来出现销售热潮,很多第三方理财销售网站再次打出了团购产品的旗号。

理财产品团购受到投资者欢迎主要还是在于其低门槛与高收益的双重诱惑,比如在淘宝网最为热销的三款保险理财产品中,号称“超短理财”的“金钥匙1号”不仅是“1万元可买”“3个月后可退”“预期年化收益4.05%”,而且宣称“无募集期”“初始费用、手续费、管理费全无”;而收益最为可观的另一款产品年化收益率甚至高达5.2%。

相比目前普通银行理财产品最低5万元的门槛和如今在售产品普遍4%左右的年化收益率,团购理财产品的优势显而易见。其实这类团购在保险业是一种惯例,现在则是借助网络团购的形式把个人客户集中起来。

此外,该网站通过团购形式热销的另一款“智能存款”的产品也比其线下银行设置的条件下少了“5万元起存”这一条,50元便可起购;其三个月、半年、一年期的存款利率,均比基准存款利率要高,分别高出0.26%、0.28%、0.3%。

对于一些购买门槛需要上百万元的信托类理财产品来说,团购理财的诱惑则更大。曾经某网站推出“信托计划”的团购活动,宣称合格投资者只需30万元即可购买,其采用的方式便是凑钱投资。据了解,此信托产品单笔购买30万元至50万元的,预期年收益率为6%,50万元及以上的为6.5%。而该团购活动在半个月时间里就有数十名投资者响应,并筹集到1500万元。此外,这些团购理财产品还有一个吸引投资者的是,购买时便捷,省去了跑银行的麻烦,只需鼠标一点,便可买下。

3 面对诱惑要先看风险

在业内人士看来,理财团购能把中小投资者的资金集合在一起,进行多元化投资,让小资金共享大收益。同时,投资者能省下一部分交易费用,这些都是理财团购的可取之处。

不过,在目前团购理财市场尚不成熟的背景下,其存在的风险同样需要投资者注意。比如,银行理财产品在设计时会充分考虑客户的承受能力,并有一整套风险测评的程序,而风险测评必须由具有一定资质的机构提供,目前国内具有这一资质的第三方机构很少。而目前团购理财交易则更注重宣传产品的安全性、收益性,往往淡化了对风险的提醒,容易对消费者产生误导。客户由于缺乏专业顾问引导,容易买错产品或者承担更高的风险。

业内人士提醒,网络理财团购还暗藏着一些目前无法预计的风险,比如追偿难,万一发生纠纷,可能连对方的人都找不到;此外,这些机构很容易夸大理财产品的收益,误导客户;同时,因为对第三方难以监管,所以如果发生权益被损害的情况,客户很难维权。通过第三方机构团购理财产品时,客户一定要学会判断,一方面,不要买看不懂的产品,另一方面,所需购买的理财产品的说明、规定的条款一定要看清楚,搞明白才可下手,切勿冲动消费。

(www.jrj.com.cn)