

■理财白皮书I

谁是最具魅力的理财银行

仅半年时间,商业银行理财产品发行规模已达 8.51 万亿元,并喷式增长超越去年全年发行总量,各银行已把理财业务视为带动存款增长、拉动中间业务收入快速增长的重要途径。在庞大的客户群体面前,中国的商业银行如何突破同质化困扰,找到专属定位的理财生意经?

“银行靠消耗大量资本急速扩张规模的模式需要转变了,转变的思路在于从经营资本转向经营客户。”一位银行业高层如是考虑。

虽然投资者在购买理财产品时第一看重收益率,但记者在《最具魅力的理财银行》独家调查(以下简称“调查”)中发现,除了收益率,网点分布、产品条线的建设以及风险提示等服务都是提升理财产品满意度的重要参考选项。

中资行理财领先

在调查的 21 家银行中,工农中建等大行排名靠前,而一向以服务获得口碑的外资银行却意外靠后。

在产品数量上,外资银行难与中资银行匹敌,根据银率网数据显示,上半年外资银行理财产品的市场份额为 7.5%,但上半年理财产品收益率榜单上,实际收益率(年化)前十名均被外资银行包揽。虽然收益领先中资行,但在本次调查中,公众对外资银行理财满意度却并不高,花旗、渣打、东亚和汇丰银行在“魅力银行总

榜”中排名靠后。

6 月底,银监会下发《商业银行理财产品销售管理办法》,在理财产品信息披露方面已经做了相关的规定,比如实际投资资产种类、投资比例、收费等,其中要求在理财产品未达到预期收益时应当详细披露相关信息。但据银率网统计,外资银行对实际收益率的披露率只有 13.4%,远远低于中资银行的 99.5%。

银率网分析师认为,由于金融危机爆出的外资银行负收益产品信息过多,引发公众对外资银行理财能力的质疑。金融危机后,部分外资银行采取不公开产品实际收益率及选择性公布实际收益率较好的产品信息以减少某些产品实际到期收益率对外资银行声誉的影响。

大型银行丰富化

在本次调查中,大型银行的排名整体较为靠前,这与社会口碑和客户的既定固有印象存在一定偏差。

“老百姓对于大行的既定印象来源于平时的存取款、日常金融服务等,集中表现在排队等候时间、服务态度等方面。但本次调查的结果呈现的是金融理财产品的服务满意度,相对来说大众化程度没有日常存取款服务高;同时,作为银行重要的收益来源,理财服务得到金融机构的重视程度更高。所以,接受理财服务的客户对这类产品的服务满意度相对较

高,于是与百姓平时的印象有偏差。”资深品牌满意度研究专家、环球舆情调查中心负责人戴元初如是解释。

“工行得到认可的优势在于拥有庞大的客户群体,并且可以根据各类客户不同的需求提供丰富的产品种类。”工行个金部人士认为,这得益于后台产品研发团队以及专业的理财从业人员队伍。

近期,第三方研究机构普益发布了第二季度理财能力排名报告,该报告统计评价对象为各家商业银行发行的个人银行理财产品,其中银行理财服务丰富性排名中,工商银行亦位列第一。普益研究员肖芳解释,“产品多样性得分主要依据银行发行产品的收益类型、投资币种、投资期限和投资对象的种类数目。”

银行本身的努力也得到了投资者的认可。在本次调查中,有 17.5%的投资者认为,工行的理财产品最丰富,招行以 13.6%排在第二位。

“从技术层面上说,这次银行理财产品满意度排行榜,是以接触理财产品的用户为受访对象。因此,工行等大行具有明显的用户规模优势。在综合评价指标中,理财产品的丰富程度、购买理财产品的方便程度、用户的接触程度等对大银行有利,这些可能是在总体上大行更为靠前的一些重要影响因素。”戴元初解释道。

中小银行特色化

大型银行在提升营业网点服务能力和营销效果显著性方面保有天然优势。但在庞大的理财群体面前,中小银行如果能够根据自身特色抓住客户的需求,也能占据一席之地。

戴元初认为,小银行在与大银行竞争多数客户的同时,可以从特殊需求入手,吸引小额客户,实现客户分层、分流、差异化等。“大型银行在产品设计上注重满足大客户或 VIP 客户的多数需求,对于一些用户来说,进入门槛较高。对中小客户、低端客户的特殊需求则相对不够重视。”

事实上,不少中小银行已经在客户细分市场和服务方式完善上做文章,并且取得不错的效果,比如,在本次理财产品满意度排行榜上,光大银行、中信银行、民生银行等已经与几家大银行在不少分项指标上难分伯仲。这些银行的特点在于能够利用自身业务优势设计创新型理财产品。

在本次调查的细分指标中,招商银行在最佳服务榜、最具吸引榜、魅力银行总榜均跻身前四名,是除了工农中建四大行外,成绩最佳的商业银行。

十年前便关注零售银行业的招



行,凭着微笑服务在业界立下口碑,十年后经历二次转型创新的招行不再局限于一个微笑、一杯热茶。

招行金融市场部财富管理室经理朱鸣江对记者表示,除了齐全的产品线,透明的信息披露,发达的电子银行为招行提供了很大的机遇。“招商银行的客户群比较年轻,喜欢用新的电子设备,我们跟随 iPhone 热潮开发出 iPhone 版网上银行,适合年轻的客户和远程的客户;招行的物理网点数量比不上大型银行,我们以电子银行来补足网点不足;在没有网点的地方,我们可以通过网上交易、电话交易、手机交易等方式来实现理财产品的销售。”

如今,网上银行、手机银行等新渠道已经成为各大银行争相布局未来的必争之地。

(摘自《中国经营报》刘婧娴 庞华玮 / 文)

理财金账户芯片卡用“芯”更放心

发芯片卡是以芯片作为交易介质的银行卡,与磁条卡相比,芯片卡不易伪造,卡内数据极难被复制,因此安全性大大提高。由于芯片卡容量大,在保护交易信息安全的同时,还可为持卡人提供一卡多用的便利。除了支付功能以外,芯片卡还可以集成其他不同领域的功能和应用。相比传统磁条卡,芯片卡具有安全性高、行业应用广和智能化等诸多优势,目前已经成为全球银行卡的发展趋势。为此中国人民银行于 2010 年再度完善并颁布了《中国进入集成电路(IC)卡规范(V2.0)》(以下简称 PBOC2.0),该规范进一步完善芯片卡电子钱包应用功能、借贷记应用功能、个性化应用功能、非接触式执行、小额支付应用标准,并规划在“十二五”期间发行共 8 亿张芯片卡。

随着国内芯片卡的发展环境和受理环境日渐成熟,工商银行上海分行以强大的科技研发实力为基础,在国内银行业率先推出芯片卡。作为工商银行的重要客户群体,该行面向理财金账户客户推出符合 PBOC2.0 标准的磁条芯片复合卡,该卡具有存取现金、刷卡消费、转账结算、投资理财、非接触小额快速支付等多种功能,与普通理财金账户卡在外观上有所区别,可同时支持芯片和磁条两种介质,在可以受理芯片的受理点使用时读取芯片,在其他受理点则读取磁条,与传统磁条卡使用范围相同。工行理财金芯片卡非接触小额快速支付功能,是运用了 IC 卡非接触式执行的功能,让持卡人在 POS 终端上直接使用非接触方式进行单笔 300 元以下的小额支付,也称“闪付”。与传统刷卡消费相比,可免去持卡人刷卡消费时输入卡密码、签购单上签名的麻烦,使小额消费更加迅速和便捷。

符合理财金账户申办条件的客户,只需携带本人有效身份证件,到任意工商银行网点即可免费申请办理理财金芯片卡。原工行理财金账户客户,可凭原理财金账户卡和本人的有效身份证件,到任意工商银行网点免费申请办理理财金账户卡换“芯”服务,将原磁条卡更换为“磁条+芯片”复合卡

(摘自《解放日报》)

■量身打造I

调节现金量提高增值速度 单亲妈妈理财有窍门

张女士是一名工人,今年 30 岁,身体健康状况良好,预期 45 岁退休,家有 5 岁大的女儿,现在上幼儿园,身体健康状况良好,离婚后女儿判给张女士抚养。

张女士月均收入约 1300 元,月均支出 500 元,现金存款约 8 万元,单位购买三险一金,无贷款,家有一处房产,总价值约 25 万元,基金 3000 元,给女儿买了国寿鸿运少儿两全分红保险保费 1834(缴至 15 岁)和国寿康恒重大疾病保险保额 5 万年缴 1700(缴 10 年,已缴 4 年),母亲买了国寿鸿富两全分红保险年缴 1 万已缴 2 年共缴 3 年。

家庭理财目标:

1. 购买一套属于自己的价值 35 万元的房子
2. 养老规划
3. 为孩子准备未来所需教育金
4. 投资规划

家庭财务分析

对张女士的收支情况及资产状况进行简单分析,可以看到,年收入 1.56 万元的张女士,除去生活费和保险费支出,基本年节余为-3934 元左右,目前家庭每月支出水平不高,但随着孩子日渐长大,上学后的开销会越来越高,届时,家庭生活将更难。对离婚后的张女士而言,今后孩子的教育、生活费用以及养老费用是当前首先要考虑的。

张女士家庭主要支出是保险费用,占年收入的 86%,超出一般参考值 10%-15%的范围,巨额的保费支出大大压缩了家庭其他开支。虽然家庭成员得到了相应的保险保障,但是张女士却忽略了对自身的风险保障。

理财建议

- 1、现金规划:对于您目前的家庭收入支出情况来说,家庭备用金为月均支出的 3-6 倍较为合适。由于有

女儿需要抚养,可将准备金调整至月支出的 6 倍。家中现有活期存款 8 万元,是月平均支出的 160 倍,建议保留 3000 元活期存款作为生活开销的备用金。

- 2、保障规划:商业保险作为社会保险的补充,能很好地增强家庭保障。张女士作为家庭收入的唯一来源,自然成为家庭保障的重心。建议张女士为自己投保保额为 15 万元的寿险及 10 万元的意外险作为家庭的长期保障(投保时可选择分红型寿险,在获得基础保障的同时分享红利)。另外,母亲年龄偏大,商业保险费率也相对偏高,根据您目前的家庭财务状况,不建议购买寿险,但可为其购买一定的消费型的卡单式意外险。(由于您为母亲购买的寿险还有一年到期,建议不要退保,剩下一年的保费用家庭储蓄支付)
- 3、购房规划:对于张女士一家来

说,孩子尚小,与女儿共同居住在现有的住房也算可以。根据您的收支情况,暂时还无力购买新的房产。等到家庭经济条件好一点,再考虑购买一套属于自己的房产。

- 4、子女教育规划:女儿目前 5 岁,离上大学的时间还有 13 年,高等教育费用没有时间弹性和价格弹性,应及早准备。建议采用基金定投的方式积累,将家庭目前已有基金 3000 元作为教育金的启动金,每月定投 500 元,预期收益率 7%,13 年后您将会为您的子女积累 13.38 万元的教育基金。
- 5、养老规划:您目前 30 岁,家庭负担较重且收入不高,若没有其他收入来源,养老金的筹集是有一定困难的。建议在有结余的情况下,将其投资于混合型基金,长期持有为将来的养老筹集资金。

(摘自《和讯网》)

一线城市 70 后男性成“理财高手”

中国人是否热爱财富?答案是肯定的。中国人是否会理财?答案是否定的。中国人谁最会理财?答案是一线城市 70 年代出生的男性。

日前,中国平安在北京发布了全国首份《中国平安国人财商指数报告(2011)》,该报告从城市、性别、年龄、学历、收入、星座、属相等七个维度诠释财商的差别,结果显示,不同年龄段中 70 后的男性财商得分最高;不同规模的城市中一线城市得分最高,财商与城市发达程度正相关。

70 男性成理财高手

该报告从城市、性别、年龄、学历、收入、星座、属相等七个维度诠释财商的差别。

在不同年龄层比较中,70 后以 61.1 分领先,其后分别是 60 后、80 后和 90 后,60 前以 58.9 分居末位。70 后的优势体现在知识的掌握和具体财富的管理行为方面。

专家分析,70 后目前是社会中坚,掌握较多社会资源。同时,作为第一代广泛接触互联网的群体,其获取与掌握财富知识、咨询及了解财富工具的能力均远高于其他群体,又由于有财富可管,在具体的财富管理行为

内容上也更加丰富。

在城市的横向比较中,以上海为代表的线城市(62.1 分),以沈阳为代表的二线城市(59.8 分)和以河南平顶山为代表的三线城市(58.4 分)依次位列财商得分榜三甲。经济发达程度与城市居民的财商指数存在某种正相关,特别在知识、资讯的掌握与投资行为方面上,发达地区的居民都占有较为明显的优势。

在性别对比中,男性财商(60.7 分)高于女性(59.5 分),其主要差距在财富知识,在“企业债券”、“一般企业直接投资”以及“私募基金”等投资知识方面,男性要更有优势。在一个主要以女性掌握财权的中国家庭中,男性财商更高,是此次调研的一个有趣发现。

财商调研组还根据目前流行的星座对受访者进行了星座划分研究,其中天秤座财商最高,射手座财商最低。

天生爱财

上述报告显示,中国人在追求财富的时候态度更加积极,并且崇尚主动追求财富。有 75.1%的受访者认为“追求金钱是一件天经地义的事情”。

随着投资手段的丰富,储蓄、保险、股票、基金等各种投资项目的出现,有 61.8%的受访者认为“只要能赚钱的活动,我就会参加”。

调研还显示国人对负债消费越来越认可。分别有 38.88%和 8.83%的受访者赞同或非常赞同负债是一件很正常的事;只有 13.87%的受访者认为负债是一件非常不正常的事情,而有超过八成的受访者不仅在购买房产、汽车等大件商品时会考虑借贷,甚至在日常生活中如购买生活用品、进行娱乐活动等也会考虑借贷。

我国城市居民对不同的消费和生活态度具有不同的认同度。其中,73.6%的受访者在购买东西时倾向于关注产品品质而不是品牌,更有 67.8%的受访者为了高品质的产品而愿意花更多的钱,同时 74.1%的受访者认为“赚钱的目的就是为了花钱”;约一半的受访者(51.3%)愿意去购买很多他们并不需要的东西,并羡慕那些拥有豪宅、名车和高档服装的人。

理财外行

虽然对财富、负债和消费等持积极开放的态度,但城市居民在财富知

识方面存在明显短板,特别在社会经济术语、理财相关资讯以及投资工具的掌握上明显不足。

当前,储蓄、保险和股票是我国城市居民最主要的投资项目,上述报告在调查中显示,62.4%的受访者对储蓄有一定的认识,49.8%的受访者表示掌握了股票知识;同时,对相关财富知识的学习上,我国居民表现出的兴趣并不高。只有 28.7%的受访者表示愿意关注股票知识,30.9%愿意关注保险知识。

在财富的获取和管理上,国人投资方式也相对单一。报告指出,超过九成的受访者将储蓄作为其投资项目之一;有四成将保险作为其投资项目,且需求集中在医疗保险(57.6%)、养老保险(47.6%)和医疗保险(36.5%)三大保障性商业保险上;而选择股票投资的仅有 32.1%。有超过四分之三的受访者会选择将除必要生活开支外的薪水投入到储蓄中。

零点研究咨询集团董事长袁岳认为,国人财商指数偏低,主要的短板在于对投资理财相关知识的掌握不够。而国民积极追求财富的心态则表明我国城市居民的财富知识及其应用还有较大的发展空间。

(摘自《经济观察网》肖君秀 / 文)

外资行理财产品发行不给力

监测数据显示,最近一周 32 家银行共发行了 285 款理财产品,这些产品均由中资银行发行。交通银行、中国银行、深发展银行、工商银行、浦发银行、民生银行、招商银行、北京银行、光大银行和恒丰银行发行量居前。外资行均没有新的理财产品推出。

两款产品未实现最高预期收益率

普益财富监测数据显示,本周共有 253 款银行理财产品到期。这 253 款产品中有 167 款公布了到期收益率,85 款产品未公布到期收益率,有 1 款未公布最高预期收益率。另有招商银行发行的 1 款结构性产品,最高和最低预期收益率分别为 5.00%和 2.50%,到期仅实现了最低预期收益率未实现最高预期收益率;光大银行发行的 1 款结构性产品,最高和最低预期收益率分别为 8.00%和 0.00%,到期获得 2.00%的收益。

目前到期理财产品的投资对象多为债券和货币市场工具类、信贷类,其中债券和货币市场工具类 133 款,信贷类 12 款。因这些投资对象均为稳健型资产,投资风险较低,这两类预期收益率和到期收益率都公布的产品均实现了最高预期收益率。其中,信贷类产品平均到期收益率为 5.17%,人民币债券类产品平均到期收益率为 4.09%,外币债券类产品平均到期收益率为 2.86%。

3 款产品取得 6.40%及以上收益

北京银行到期了 2 款人民币债券类产品,投资期限为 1 个月,到期分别实现了 7.01%和 6.67%的收益率。交通银行到期的 1 款人民币信托贷款类产品,投资期限为 2 年,到期实现了 7.00%的收益率,产品募集资金用于投向交银国际信托设立的资金信托计划,该信托计划所募集的全部资金用于向安徽省安粮兴业集团有限公司发放信托贷款。

21%银行系 QDII 理财产品净值上升

21%比例的银行系 QDII 理财产品净值上升,所有 QDII 产品平均净值增长率为-1.16%。其中,花旗银行的“世界黄金基金”产品净值上涨 2.60%,成为周涨幅最大的产品;而周跌幅最大的则是东亚银行的“基金宝 1.2 环宇主题基金”产品,其净值下降 6.95%。

从运行期限看,运行期在 6 个月至两年的 QDII 理财产品有 51 款,自运行以来的平均累计收益率为 12.08%。其中,表现较好的是渣打银行的“施罗德另类投资方略施罗德金属基金 USD”产品,其累计收益率为 33.30%;而表现较差的是花旗银行的“贝莱德新能源基金(欧元对冲)”产品,其累计收益率为-13.52%。

另外,运行期在 2 年以上的 QDII 理财产品共 198 款,自运行以来的平均累计收益率为 0.75%。其中,表现较好的是渣打银行的“开放式黄金指数人民币 UTSN003”产品,其累计收益率为 123.12%;表现较差的是花旗银行的“贝莱德全球基金新能源基金美元系列”产品,其累计收益率为-50.17%。

(摘自《每日商报》洪叶 / 文)

国药准字H46020636

快克[®]

复方氨酚烷胺胶囊

**一天一粒防流感
一天两粒治感冒**

请在医生的指导下购买和使用

**海南亚洲制药生产
海南快克药业总经销**