

银行自有产品“躲猫猫” 基金“占领”理财中心

今年一季度,上证指数近三成的涨幅给理财市场吹来浓浓暖意。与股市挂钩的银行产品以及股票和混合型基金开始焕发生机,这也诱发了投资者潜藏已久的投资欲望。

4月3日,正是去年银监会因银行普遍爆发“零收益”理财产品而发布《关于进一步规范商业银行个人理财业务有关问题的通知》一周年之际,为此,本报特别对银行理财产品和相关业务的合规性深入沪上多家银行网点进行了调查。

◎本报记者 涂艳



徐汇 资料图

▶▶ 极力回避银行产品 甚至回复“不知道”

步入上海陆家嘴地区,记者以马上将有一笔50万左右的大额资金入账为由进入各家网点的理财专区享受“一对一”的理财服务。而走访过招行、农行、中行、建行、光大、民生和上海银行等多家网点后,记者出乎意料地发现,上述银行的理财经理(有些甚至是私人银行部客户经理)无一不主动提及本行的产品,而是不约而同地告知记者现在主打的是新发基金而非银行产品。现在没有什么产品卖得好,银行也不怎么做了。现在利率这么低,那些低风险的产品收益很不乐观,银行从中也谋取不到太多利益。”某国有大行的一位客户经理坦言。

在得知记者的投资目标是在年内保本保收益,浦东第一八佰伴附近的某银行理财经理甚至摊开一只新发基金的宣传册,回复:“保证收益的产品不知道有没有,但是这款基金的募集期就快结束了,

可以考虑一下。”

为何他们都对银行产品持回避、暂不推荐的态度呢?业内专家分析认为,从去年全年银行理财产品的排头兵——信贷类理财产品的逐渐萎靡就能看出端倪。在大幅降息之前,企业普遍有通过银行渠道融资的客观需求,而这也是在股票挂钩类产品沉寂、信贷类产品崛起的直接原因。随着目前央行利率步入低点,这类产品的发行动力骤减,收益率和银行的盈利空间也被大幅压缩。

今年中间业务收入是主要追求的目标,简单说来也就两条线:银保产品和基金。”招行杭州分行一位不愿透露姓名的理财师告诉记者。而对于有些银行理财产品,部分是因为募集不顺利甚至直接失败告终,银行自然嗅到了投资者的喜好而将重点放在两条线上。”

▶▶ “基金+银保产品”占领理财中心

去年8月,记者在采访《代销基金渠道遭严查 暗访银行探究究竟》一文时,各网点理财业务中心十分冷清,而本次走访多家营业网点时,理财经理的热情明显和去年下半年的冷漠态度形成鲜明对比。

或许因为行情刚刚启动,投资者纷纷将目光盯上了今年新发行的股票型基金。截至3月19日,已有包括9只股票型基金和3只指数型基金在内的27只新基金发行,发行规模大幅提高。而在记者调查的7家银行网点,理财经理无一例外地向记者首推正在发行的基金,但是对于银行这类基金代销渠道销售行为的合规性,调查结果并不乐观。

其中,对风险较高的股票型基金的风险提示很不到位。几位理财经理只是强调震荡市场中,新基金相对老基金的优越性。新基金跌幅肯定比老基金小很多,因为他们往往有一段建仓时间,是可以对抗震荡市的。”现在股市底部已经站稳了,投资偏股型基金风险肯定很小了。”在某

些银行,记者甚至被诸位理财经理“包围”,热情推销之下,让投资者感觉行情大好,投资机会不容错过。

另外,为了打消记者疑虑,7家银行的理财师都使出了一招“撒手锏”——以身说法。我们的同事都买的,我自己也买了,而且每月做定投,如果你想买我可以推荐给你几只。”更有一位理财经理在推荐过程中当即打开了电脑上的个人账户,让记者一览她的投资记录。可是从中可以看到,她总计投资金额仅为1万元左右,而9000多元都放在十分稳健的货币市场基金上,而其他的4个偏股型基金份额也分别只有300份(价值300多元)。对此,该理财经理解释为她刚刚开始做定投,所以份额都很少。

当得知记者仍对基金抱有较大疑虑后,分红险和万能险就成了理财经理向记者推销的另一类产品。略高于定存收益的两个品种对于保守的投资者尚有吸引力,对此,理财经理对投资风险的解释较为明确,并对照分析了同类产品各自的优缺点。

“填空”效应明显 线下支付或爆发式增长

◎本报记者 金萃莘

由于目前银行卡的受理环境相对落后,因此给了线下支付市场一个很好的“填空”位置。据易观国际近日发布的《中国线下便利支付市场专题报告2009》报告显示,2008年我国线下便利支付市场交易笔数接近3300万笔,累计交易金额规模超过170亿元,较2007年交易笔数环比增长175%。预计09年我国线下便利支付市场交易规模将达到420亿元,到2013年可增至2350亿元,有关市场或将呈现爆发式增长态势。

目前,在线下便利支付市场中,有卡拉、易办事、付费通等多个品牌,其中卡拉一家就占有43%以上的市场份额。专家表示,以非现场自助刷卡支付为主要表现形式的“线下便利支付”,已经成为我国金融服务体系的一个亮点。统计数据表明,2008年我国的银行卡人均持卡量接近1.2张,在北京、上海等一线城市达到3-4张。但与发达国家相比,我国银行卡受理环境还相对落后,线下便利支付的普及,不仅能够有效的节约资金流动的成本,还能改善国内银行卡受理环境。

招行私人财富报告:千万富翁更偏爱保守投资

◎本报记者 金萃莘 卢晓平

中国的千万富翁究竟有多少?他们又在投资些什么?对此问题好奇的人恐怕不在少数。日前,招商银行和贝恩公司联合发布的《2009中国私人财富报告》在揭示内地富豪的投资倾向和态度外,也显示出未来的5到10年中,私人银行业务中的离岸投资会跟随移民境外的内地第二代富豪的增加而增长。

最看重私人银行的专业性

报告显示,2008年中国内地可投资资产1000万人民币以上的富豪人群达30万人,人均持有可投资资产约2900万人民币,共持有可投资资产8.8万亿元人民币。到了2009年,报告预计中国内地的“千万富翁”人群将达到32万人,其持有的可投资资产规模将超过9万亿元人民币。

另一方面,随着私人财富的增加,个人持有可投资资产规模在1000万人民币以上的人群在广东、上海、北京、江苏和浙江5省市的集

中趋势越发明显,全国个人可投资资产超过1亿元的人群约85%都居于该5省市,且这些富豪几乎全是大中型民营企业主。值得一提的是,目前大多数富豪人群都选择由自己管理财富,其主要原因在于对私人银行专业性的疑虑,故而提升专业性将会是私人银行争取客户的重要举措。服务也是客户尤为关注的,他们希望能和客户经理建立起友好互信的私人关系,而非仅限于理财交易。

内地富翁投资偏保守

内地富豪的资产投资倾向,其实与此前的市场想象颇有出入。”招商银行零售银行部总经理刘建军告诉记者,此次的财富报告结果显示,内地的私人银行客户,在投资风格上普遍趋于保守。尤其是在金融危机的影响下,他们对市场的风险性有了更直观的认识和更深刻的考虑,部分私人银行客户开始转投低风险性、高流动性的投资,甚至撤资变现。

报告调研显示,股票、储蓄现金以及房地产一直以来是内地的

富豪人群最为青睐的投资工具,其占总体可投资资产的比重也稳居前三名。但在目前,内地的富豪更加青睐低风险、流动性高的固定收益类产品。国内富豪们在2009年的投资中,储蓄现金和股票权益类两大流动性最高的投资占比排在前列,而另类投资的占比非常低。其中,储蓄和现金在整个投资组合中的占比超过了20%,储蓄、现金和股票的投资比重则超过40%。

作为创富第一代,这些客户并不缺乏赚钱能力,因此对于投资性资产,他们更看重其安全性。这就决定了我们的私人银行业务,不是帮客户赚大钱,而是如何帮他们管好钱。”刘建军说,因此招行的私人银行部门,也会在今年及时调整相关策略以应对客户的投资需求。

离岸投资潜力巨大

本次财富报告的另一出人意料之处,在于这些内地富豪的离岸投资情况并没有原来预计的那么多。据刘建军介绍,私人银行客户的离岸投资资金占比很小,在

■钱沿观察哨

金融理财人员也须远离“劝购诱购”

◎本报记者 涂艳

近日,由上海市静安区四家商场起草、静安区质量协会及商业联合会发布的《商业服务企业从业人员行为礼仪规范》很有意思。该《规范》要求商场服务人员要尊重顾客的意见,不劝购、诱购,不得以贴身服务干扰顾客的购买意愿和行为。

由这部区域性规范文件,笔者不禁联想到了金融消费这种尚未列入消费者保护法保护的准消费行为。我国理财市场尚处起步阶段,这几年投资者因看不懂产品说明书,又迷信销售人员的只言片语而最终发生投资亏损的事件屡见不鲜。甚至更有投资者将百万元损失归咎于银行

等金融机构的欺诈行为,并由此诉诸法庭。

不可否认的是,投资者自身对产品必须承担起“买者自负”的责任。但是,我国金融理财领域服务人员的行为也确实存在着诸多瑕疵,对此银监会还发文要求其自查并组织了暗访监督。

那么,这部试行的规范是否对金融理财人员的销售行为是否也有借鉴意义呢?

不论是普通消费者还是金融投资者,在购买商品和产品时都享有起码的知情权和自主选择权。知情权即意味着顾客有全面知悉和了解一项产品的权利,而自主选择权则意味着在知情后按照自己意愿挑选并做出最

终的消费或投资行为的权利。而事实中,很多投资者却正面临着被理财服务人员劝购和诱购而无法自由选择投资产品的尴尬。

诸如刻意隐瞒产品风险、刻意回避投资者咨询的产品信息、以自身的投资经验作为实例向投资者变相推销产品、虚构产品销售情况等行为均可视为不尊重投资者意愿的劝购、诱购行为。和消费者购买普通商品不同的是,对于投资产品,并非所有人都具备相应的自我甄选能力,他们更需要的是理财服务人员全面和客观的介绍,而并非“只提收益、不提风险”的误导。对于投资者来说,金融消费领域的劝购、诱购行为或许来得更加可怕。

■相关链接

银行理财四大陷阱

预期收益高

日前,中国银行行使了“汇聚宝”三款外汇理财产品的提前终止权。此前,多家银行也有部分理财产品由于收益率不及预期而提前终止。广东舜华律师事务所律师廖治超说,监管部门有规定,理财产品说明书上不能再出现保本等误导性词语。目前,理财产品说明书所称的预期收益率,并不等于实际收益率,但从字面上看还是有一定的误导性,预期收益也可解释成到预定的日期能获得收益。

短期理财没风险

某银行工作人员向记者介绍说,该行推出的短期理财产品占用资金时间短,可按周期随时赎回,没什么风险。但记者详细看了产品说明书后,发现购买起点为5万元,而且赎回须以千元为单位,保证理财账户不低于5万元;如果投资者只买了5万元,一旦有资金需求则无法部分赎回。

保险理财最保险

陈先生去年初投入20万元

购买投连险,到去年底资金已经缩水5万元,最后他选择了退保。业内人士王先生认为,目前的市场水平下,中国并不具备发展投连险的市场条件。

境外机构更专业

陈先生花6万元委托一家境外机构在内地的子公司理财,几个月后发现只剩下1万多元。对此,律师廖治超认为,一些境外机构成立的顾问公司根本没有资格代客理财,但想要追讨资金,需与境外律师进行协作,法律成本很高。最后陈先生只好作罢。(据新华社)

▶ 新品上市

招行新推“粉丝”信用卡

◎本报记者 石贝贝

继2008年底推出的“铁臂阿童木信用卡”之后,招商银行日前宣布推出最新“粉丝”信用卡——Crayon Shinchan(即“蜡笔小新”)粉丝信用卡和樱桃小丸子粉丝信用卡。包括Crayon Shinchan粉丝信用卡的Hip-hop“新”少年卡、无敌童真卡以及樱桃小丸子粉丝信用卡之团圆圆卡、心满意足卡等共计四款卡片。

据了解,新发行的粉丝卡除了拥有招行标准信用卡的所有服务和功能之外,持卡人还可独享两款中相应信用卡的优惠积分兑换等多重特色服务。招行信用卡有关负责人介绍说:此次推出2种主题、4款卡面设计不同的粉丝卡,市场细分更加明确,让80后到90后这些消费群体都能找到他们心目中的卡通代言。”截至2008年10月底,招行的粉丝类信用卡发卡量已经达到其发卡总量的15%左右。

光大银行推“A计划”理财新品

◎本报记者 唐真龙

从2009年4月1日至4月14日(含),中国光大银行正式发售“A计划”2009年第5期产品。本期产品包括美元、港币、欧元、澳元四个币种,期限分为半年和一年期,产品收益起始日为2009年4月15日。

据悉,本期美元产品为一年期固定收益产品,产品年收益率为1.5%,起点金额8000美元,以100美元的整数倍递增;本期港币产品为一年期固定收益产品,产品年收益率为1.2%,起点金额6万港币,以100港币的整数倍递增;本期欧元产品为半年期固定收益产品,产品年收益率为1.3%,起点金额5000欧元,以100欧元的整数倍递增;本期澳元产品为半年期固定收益产品,产品年收益率为3%,起点金额8000澳元,以100澳元的整数倍递增。

上海中行为“银期转账”提速

◎本报记者 金萃莘

记者从中行上海分行了解到,经与合作期货公司的紧张测试,该行银期转账电子平台日前全面提速,基于电话银行的个人银期转账服务已正式推出。除柜面转账外,中行签约电话银行客户可通过该行电话银行自助语音服务进行“银行转期货”、“期货转银行”、“期货保证金账户余额查询”等基本操作,实现了期货保证金在银行和期货公司之间的实时转账。

据悉,为进一步扩大客户选择面,中行上海分行正对合作期货公司进行扩容,目前已有东海期货、格林期货、广发期货、南华期货和中银国际等14家期货公司开通了银期转账电子交易服务。

招行新发超短期理财产品 挑战收益“新高”

◎本报记者 金萃莘

随着股市的节节升高,超短期理财产品也开始受到投资者的热捧。记者获悉,招行上海分行日前正式对外发售新的超短期理财产品“日日盈”,除了投资范围有所拓宽外,更是挑战目前此类产品的收益“新高”。

据悉,该产品与传统“日日金”理财产品相比,其投资范围更加宽泛、收益也更稳定,到账时间更快。目前该产品预期年化收益率将达到1.55%-1.8%左右,不仅高于同期银行存款利率,还高于目前市场上1个月固定收益理财产品1.4%-1.6%的平均利率水平。

“日日盈”产品与货币市场基金类似,都为非保本浮动收益类产品,但风险较小。据招商银行有关人士介绍,该产品之所以能获得较高的收益,主要在于其投资范围主要用于债券类、票据类、信贷资产类投资,信用等级较高,且能够产生持续稳定的收益。同时,该产品可以于每个工作日的9:00-15:10随时申购和赎回,实时确认、即时到账,其流动性明显快于货币市场基金的T+2确认和到账速度。

中银推镜面钛金女士信用卡

中国银行与万事达卡国际组织2日宣布,推出国内首款采用独特镜面设计的钛金女士主题信用卡——中银万事达卡钛金女士信用卡。

上述信用卡采用了香槟黄、亮天蓝和玫瑰红三款时尚绚丽色彩,配合独特的镜面工艺,凸显出女性时尚、爱美的特点。同时,特别奉送关爱女士健康的高达三万元的女性重大疾病险、最高累计两万元的购物保险、最高200万元的航空保险等大礼包,并在覆盖内地及港澳地区的6000家优惠商户提供折扣、独享节假日积分加倍等超值礼遇。(石贝贝)