

利率市场化

催热“理财夜市”

细心的人或许已经发现，近期人民银行连续两次下调金融机构人民币存贷款基准利率后，各商业银行推出理财产品的频率有所下降，理财产品收益率随风跌落。如此大环境下一些银行针对市场需求相继推出适合特定人群的“理财夜市”，因其“收益高”、“定时买”以及“方式新”的鲜明特点，受到不少投资者的追捧。

有关专家表示，在国际经济形势相对不明朗的情况下，能为投资者带来高收益理财产品，是银行迅速抢滩市场的有力砝码。然而，朝九晚五的柜台销售模式，让不少上班族总是错过购买时机。为了满足这类人群的需求，各银行纷纷试水推出专门在夜间销

售的理财产品。

金融业内专家分析说，2011年央行多次加息、上调存款准备金率，压缩商业银行流动性，为缓解资金压力，银行主动加大了理财产品的发行力度，扩大了2011年理财产品的发行规模。在通胀高企、持续负利率、股市、楼市低迷的情形下，居民保值、增值的投资意愿不断增强，这也促使了大量资金转向涌入银行理财市场。

然而，进入2012年后，国家宏观形势发生改变，随着央行在一个月内两度降息后，银行理财产品俨然已经处在风口浪尖。市场纷纷预计央行下半年或还有降息或者是降准的操作，这就意味着下半年银行理财产品的预期收益率仍然不容乐观。据第一理财网理财产品库不完全统计，现国内各大商业银行发行的银行理财产品中，预期收益率超过5%的产品数量下降严重，甚至超过5%的6个月内的产品已达到凤毛麟角的程度。

各大银行似乎都看到现状是如此之严峻，纷纷绞尽脑汁利用各种方法吸引投资者参与，其中，“理财夜市”的概念已经成为各大银行营销策略中的共识。各大银行热衷于推出各类“夜市理财产品”，一方面是在银行产品收益遇阻的情况下增加产品看点，博人眼球；另外，最主要的原因是欲将产品的营销对象伸向广大白领阶层。由于众多白领上班族白天都忙于工作，不像一些



退休的中老年人群体可白天在家炒股，更别说抽空“奔走”银行柜台购买普通的理财产品。所以，对于大多数白领，在晚上回家后才有时间。在这样的前提下，银行推出“夜市理财产品”，是别有用心的。

据观察，大多数“夜市理财产品”的预期收益率都比同类的产品高0.1到0.2个百分点。以光大银行为例，近期发行的一款期限为49天的e理财第九期夜市产品，预期收益达到4.7%，而同期发行的一款T计划42天产品，预期收益率仅为4.5%。从两款产品可见，两者投资方向一样，期限也差不多。“夜市理财产品”预期收益则能高出0.2%。在起息日上，“理财夜市”产品也比柜台产品有一定优势。一般柜台产品是在募集期结束后起息，而“理财夜市”产品是在卖完之后即开始起息，也就是买到后两三个小时就开始计息，这样投资者可以获得更多的收益。

“相比在柜台和网银都能购买的理财产品，‘理财夜市’的产品只限于网银购买”，招商银行有

关人士介绍，由于“理财夜市”产品的销售时间在网上，销售渠道在网上，这降低了银行的运营成本，所以在产品设计时，其预期收益率高于同期同类的理财产品。”

为了更好地吸引以白领阶层为主的投资者，银行的各种措施也获得了回报，这些“夜市理财产品”如今深受投资者的欢迎，它的购买便捷性，低门槛性，并且比同类产品的更高的收益性使得产品购买出现秒杀情况。“理财夜市”就是依靠“高收益”形成了强大的吸引力。

“理财夜市”的源头可追溯到2011年7月。招商银行首家试水推出“夜市理财”，销售形势达到预期。两个月后，民生银行积极跟进，加入争抢“夜市理财”蛋糕。目前拥有“理财夜市”的银行还有建设银行、工商银行、农业银行、中国银行、民生银行等。多数“理财

夜市”专属产品的门槛是5万元，部分高端产品10万元、20万元起购。开市时间或从晚上8点起，持续到晚上12点，或晚上8点起，持续到晚上10点30分。

“随着各商业银行对网上银行及相关知识的普及和推广，网络理财这一新方式正在被越来越多的人所接受。‘理财夜市’也是网络理财的一种全新尝试。”有关专家表示，“这也看得出，当前银行已开始从同质化竞争向服务、产品的多样化、差异化竞争迈进。”当前，居民理财的层次性、需求的多样性日益明显，银行需要针对不同的客户需求对自身产品与服务进行个性化设计。可以预见，以产品和服务的质量、特性为核心的多样化、差异化竞争格局将成为未来的发展趋势。



兼顾多元化利益 创新绿色商业模式 坚持可持续发展——

兴业银行夺取银行业 社会责任综合盘点“双冠王”

每股社会贡献值9.80元，同比增长69.04%——近日，兴业银行以两个遥遥领先的数据，在今年《证券日报》对16家上市银行的社会责任综合盘点中雄踞榜首，荣膺年度每股社会贡献值及增幅的“双冠王”。

每股社会贡献值量化了上市公司承担社会责任的程度，是诠释上市公司社会责任综合履行情况的重要经济指标，能够帮助社会公众更加全面地了解上市公司为其多元化利益主体所创造的真正价值，体现其在自身可持续发展过程中为社会作出的经济贡献。

兴业银行夺魁有因

每股社会贡献值的计算标准，源于上海证券交易所2008年5月14日发布的《关于加强上市公司社会责任承担工作暨发布<上海证券交易所上市公司环境信息披露指引>的通知》，即“在公司为股东创造的基本每股收益的基础上，增加公司年内为国家创造的税收、向员工支付

的工资、向银行等债权人给付的借款利息、公司对外捐赠额等为其他利益相关者创造的价值额，并扣除公司因环境污染等造成的其他社会成本。”

而上市公司“多元化利益主体”所指向的环境、股东、员工、客户、民生等绩效参数，正是兴业银行始终着力构建与提升的。

作为中国可持续金融的领军者，兴业银行长期以来始终重视对利益相关者权益的保护，在其发布的《2011年可持续发展报告》中，继续倡导并践行“可持续发展”为核心的社会责任履行模式，以独特的视角和创新的实践谋求企业、社会、环境三者共赢，不断升华企业社会责任内涵与境界。

该行始终认为：“商业银行的社会责任不仅局限于创造利润和纳税捐赠，更深刻的内涵是要以正确的方式经营业务，了解并及时处理利益相关方所关注的问题，并充分利用商业银行在经济社会发展中的特殊优

势和影响力，以点带面，带动其他企业乃至整个行业关注并积极履行社会责任，将社会责任的履行效果扩大。”

该行此次之所以荣膺“双冠王”，且过往多次在国内外权威机构举办的评选活动中获得“年度亚洲可持续银行金奖”、“最佳社会责任机构奖”、“最佳企业公民大奖”等与社会责任和可持续金融领域相关的奖项，其真正原因就在于此。

2011年，兴业银行把建设资源节约型、环境友好型社会作为加快经营转型的重要着力点，一方面通过优异的业绩表现实现对股东稳定的价值回报，通过优质的服务满足客户的价值增长需求，通过科学的管理体系关怀员工的身心健康并帮助员工成长，通过金融资源共享平台与合作伙伴实现共赢，通过关注民生与公益事业回馈社会；另一方面充分考虑银行风险承受能力和自身特色，坚持“寓义于利”的社会责任实践方式，积极创新商业模式，通过环境与社会风

险管理追求经济效益与社会效益共赢，并进一步推广绿色金融，积极配合银监会起草《绿色信贷指引》，既打造差异化竞争优势，确保实现各项业务全面协调可持续发展，又促进经济、社会与环境和谐发展。

六年“关闭”412座火电站

或许数据更能说明问题——从2006年首笔能效融资项目落地，到2012年一季度末，兴业银行绿色金融所支持项目的累计减排量相当于关闭了412座100兆瓦的火电站，或者是北京7万辆出租车停驶124年。

公开数据显示，这一时期，该行绿色金融支持的项目已累计实现在我国境内节约标准煤6112.27万吨，减排二氧化碳17995.42万吨，减排化学需氧量(COD)225.79万吨，减排氨氮1.47万吨，减排二氧化硫7.46万吨，减排氮氧化物0.86万吨，综合利用固体废弃物1741.34万吨，节水17381.80万吨。

同期，该行累计为上千



真诚服务 相伴成长

家企业提供绿色金融融资额达1290.08亿元，融资余额达847.31亿元，平均以每年200%以上的速度增长，绿色金融客户群体初步形成。

作为中国目前唯一的“赤道银行”，自2009年底首笔适用赤道原则项目——福建华电永安发电2×300MW扩建项目正式落地以来，截至2012年一季度末，兴业银行共对673笔贷款项目进行了赤道原则适用性审查，所涉项目总投资9106亿元。其中认定属于适用赤道原则的项目共计127笔，项目总投资额为1631亿元，涉及126个客户，已放款37笔，涉及兴业银行18家分行。而2011年底首笔由企业自愿适用赤道原则的项目在西安成功落地，项目总投

资为3.2亿元，标志着国际上被广泛遵循的赤道原则在中国得到更广泛的认同，可持续金融在中国的实践得到进一步深化。

目前，兴业银行绿色金融已形成融资服务与排放权金融服务两大系列产品，全面满足客户多样化的绿色金融服务需求。

兴业银行认为，该行所坚持的“可持续发展”社会责任履行模式，将不断推进中国银行业形成与国际竞争格局相协调、与中国金融改革相协调、与商业银行发展战略相结合的社会责任体系，通过兼顾多元化主体利益，创新绿色商业模式，自觉主动承担企业社会责任，实现共同兴业、共同成长。

(马瑞涛)