

收益率涨声一片

银行理财产品年末迎来购买良机

业内专家认为,年末将至,银行面临严厉的存贷比考核,为了缓解资金压力,银行不得不通过发行理财产品揽储,一方面中间业务收入能“扮靓”年报,另一方面理财资金到期后又能转为活期存款,吸引资金,可谓“一举两得”。

投资者在购买近期高收益的产品时,不能只看预期收益率,还要认真研究产品的投向。特别是对高收益的结构型理财产品,投资者更需谨慎对待。资金量较大的投资者可分批购买不同银行不同期限的高收益率产品,以分散风险、增强资金流动性。

时至年末,随着揽储大战的打响和资金面的不断趋紧,短期理财产品再次成为商业银行“冲存款”的有力武器。记者近日走访多家银行营业网点发现,进入12月份以来,理财产品预期收益率节节攀升,收益率在6%以上的银行理财产品随处可见。与此同时,多家银行推出一个月左右的理财产品,到期日刚好落在2014年元旦前后,揽储意图显而易见。

年末理财产品预期收益率走高

银率网数据库统计,全国商业银行11月24日至11月30日共发行非结构性人民币理财产品594款,预期收益率超过6%的理财产品40款。平均预期收益率达5.37%,创年内新高。

不仅如此,记者以客户身份在多家银行网点走访时发现,目前银行发售的理财产品期限大多在一个月左右,到期日恰好落在2014年元旦前后。“年末将至,银行面临严厉的存贷比考核,为了缓解资金压力,银行不得不通过发行理财产品‘揽储’,一方面中间业务收入能‘扮靓’年报,另一方面理财资金到期后又能转为活期存款,吸引资金,可谓‘一举两得’。”某中小银行理财客户经理告诉记者。

普益财富统计数据显示,从11月23日至11月29日的一周内,1个月以下理财产品发行16款,占比2.54%;1至3个月理财产品发行329款,占比52.22%。不少理财产品委托结束期都精确计算在12月30日左右,或在元旦

假期和春节假期前集中到期。

揽储工具角色并未改变

对于12月份银行理财产品预期收益率走势,多位业内专家认为或将继续升高。“接近年末,市场流动性持续偏紧,银行非标比例达标时间迫近,而近期通胀反弹将限制货币政策的力度,因此理财产品收益率将维持高位。”中信证券分析师黄晓萍表示。

银率网分析师也指出,6%以上的高收益理财产品的数量将逐步增加。投资者可继续关注大型城商行以及股份制银行近期发行的高收益理财产品。资金量较大的投资者可分批购买不同银行不同期限的高收益理财产品,以分散风险、增强资金流动性。

事实上,理财产品预期收益率随银行资金紧张状况出现波动,在一定程度上反映出目前银行理财产品仍未摆脱银行资产负债业务附属工具的角色。

“国内商业银行开展理财业务不完全是为了增加中间业务收入,而在于维系客户,争夺存款。尽管理财业务实实在在地给银行带来了中间业务收入的增加,但这更像一个附属结果,而不是主要目的。理财业务本应该弱化商业银行对传统存贷业务的依赖,但是国内的现实恰恰相反,理财业务沦为商业银行强化存贷业务的工具,陷入一种尴尬的境地。”普益财富研究员吴泞江坦言。

但是可以预见,随着利率市场化

的不断推进,商业银行以传统的存贷业务为主要利润来源的盈利模式将难以为继,不得不向倚重中间业务转变,增加非利息收入,理财业务将作为名副其实的中间业务壮大起来。

投资者应警惕兑付风险

尽管年末理财产品预期收益率持续走高,但理财专家提醒投资者,兑付风险应特别警惕。

“绝大多数投资者都认为购买银行理财产品相当于存款,银行理财产品必定‘大而不死’,‘客户当存款买,银行当存款卖’已成为默认的行业规则。”银行业内部人士指出:“这实际上是相当危险的,理财产品一旦出现无法兑付的情况,出于维持市场份额和维护银行声誉的需要,银行很可能承担事实上的保兑义务,将产品资产移入银行表内,很可能引发银行内部的系统性危机。”

对此,中国农业银行个人金融部副总经理李国峰认为,一方面要通过强化客户教育,帮助客户了解和把握银行理财服务的本质与内涵,引导客户树立正确的投资理财理念,避免客户因单纯追求高收益而盲目跟风购买,造成损失;另一方面要通过加强客户理财服务需求引导,实现客户分层服务,帮助客户提升理财服务需求,选择与自身价值、风险承受能力、投资技能与经验等相一致的银行理财服务方式,提高客户与银行的合作价值。

据《金融时报》

财金资讯

基金淘宝店受冷落:

124款产品销售不足1亿
部分零交易产品下架

在淘宝直营店试水满月后,从最终的销售数据可以看出,各个产品都没有爆发出余额宝般的威力。在首批上线淘宝直营店的17家基金公司125个产品里,总销售额仅为4.3亿元,成交仅超过9万笔,其中,易方达聚盈A则贡献了3.39亿元,这意味着余下的16家基金公司的124个产品,销售额加起来也没有突破1亿元。

截至11月30日,上述17家首批上线的基金公司,总销量超过千万的仅有4家,为易方达、国泰基金、银河基金和广发基金,除易方达外,其余三家销量为2309万元、1257万元和1030万元。

而最为尴尬的是长城基金,其首月销售额仅为10.2万元,德邦基金则有18万元,两家基金公司可谓“赔本赚吆喝”。

记者发现,在试水满月后,不少产品依旧显示零成交,这也让基金公司颇为尴尬。其中,此前显示零成交的有鹏华沪深300指数基金、鹏华纯债债券基金、鹏

华深证民营ETF联接基金、鹏华上证民企50ETF、广发纯债、广发聚鑫和德邦德利货币、广发双债添利、富国恒利A、嘉实服务等。

记者了解到,广发基金和鹏华基金是在淘宝渠道上线最多产品的两家基金公司,之前分别有25只和24只基金在淘宝直营店销售。

在销售不佳的情况下,鹏华基金已经有部分产品下架,目前鹏华基金淘宝直营店产品仅为9个,另外的15个产品已经下架,包含此前成交量为0的部分产品。

“淘宝的用户以年轻人为主,很多是基金新手,并非成熟的投资者。他们主要希望利用闲散资金进行投资,因此他们更青睐低风险、保本的产品。”上述业内人士告诉记者,“权益类产品在目前环境下吸引力很低,如果基金公司仅仅是将原来的产品放上淘宝渠道进行销售,即便是精挑细选业绩最好的,也不会取得突破。”(和讯)

率先推出即时发卡

光大信用卡开创信用卡新纪元

日前,光大银行在行业率先推出国内首个即时发卡系统,并将于年底前在全国逐步推广。凭借60秒出卡及定制化服务,光大信用卡即时发卡系统引起了用户和行业的强烈关注,开启了信用卡市场个性化服务的新纪元。

作为中国首个即时发卡系统,光大DIY信用卡即时发卡系统是光大银行信用卡中心为客户量身定制的一种个性化解决方案。该系统加载了国外引进的CE系列多功能制卡机,用户通过制卡机可DIY自己的信用卡并即时取卡,仅需60秒即可完成。

定制化是光大信用卡即时发卡系



关注方法:打开手机,点击“魔法棒”,选择“扫一扫”,点击关注,即可添加。

统最“炫”的一个特点。该系统不但支持图库选取、通过U盘导入、手机上传自己喜爱的图片进行卡面设计,还提供在线编辑美化功能,让用户尽情发挥。不少尝鲜的用户表示:“拥有一张完全自己设计的信用卡,是一件很酷的事情。现在,我已经成为圈子的信用卡达人了。”

光大信用卡即时发卡系统给用户带来的不仅仅是方便与快捷,同时还有安全可靠。目前银行通常的发卡方式是将卡片邮递到用户手中,难免存在卡片遗失、用户信息泄露等风险。而光大信用卡即时发卡系统立等取卡,可以免去这种不安全的因素产生,从而保护用户个人信息和数据不被泄露,最大化地降低持卡用户的用卡风险,提升持卡用户的安全性和效率。

业内分析指出,从客户服务来说,

光大信用卡即时发卡系统不仅能提供快捷安全的服务,还能针对个人喜好提供个性化的定制服务,这对维护用户关系、激发用户刷卡积极性都将有很大帮助。而从信用卡市场发展来说,光大信用卡即时发卡系统的整个发卡过程均信息化、智能化,可以免去企业大量的人工成本和时间成本,这无疑为信用卡企业未来发展的新思路、新趋势。

据了解,光大信用卡即时发卡系统目前正在全国逐步铺开,除了总行之外,北京、广州、重庆、福州、长沙5家支行年底会陆续上线该发卡系统,届时,这五大城市的用户将享受到全新科技带来的个性化体验。



科技提升客户体验

泰康人寿开启空中保险服务新时代

移动互联网正在改变我们的生活,保险这种专业性强、复杂程度高的标准化金融服务,也可以更简单、更便捷、个性化吗?泰康人寿新近推出的空中服务平台——空中新生活广场,提供给客户的就是这样的体验。

经过近9个月的精心准备,泰康人寿在电子化服务行业领先的基础上,率先对客户服务体系进行全面升级,打造以95522电话中心为核心,融合电话、微信、短信、微博、网络E站到家等多种渠道的空中服务平台。这就将此前以地面平台为主要支撑的服务体系转型为以空中平台为主要支撑的服务体系,全面开启空中服务新时代。

“个性化”和“客户体验至上”是空中新生活广场的核心理念,泰康人寿在业内率先提出让客户“足不出户、口述需求、一人负责、一次解决”的服务标准。据悉,目前泰康人寿从三个方面

建设空中新生活广场。第一是建平台,用一个多媒体互动平台整合多条空中服务渠道,空中新生活广场将成为泰康人寿所有非物理渠道的统一接口,实现多渠道、多屏融合,客户体验一致。第二是推出以“易服务”为核心的电子化服务,包括“易咨询、易保全、易理赔、易回访”系列空中服务产品,将推出预约回访、创新回访等用多样化渠道提升客户体验。第三是丰富和完善客户信息,既可以根据客户的具体情况,提供个性化服务,又保证客户的信息安全。

“建设空中新生活广场还可以有效提升95522电话中心的服务效率。在不额外增加太多人力的情况下,将地面保全、理赔等业务移到空中,可以逐步分流地面业务量。目前电话渠道销售的保险产品服务已经在电话上实现,让客户可以一通电话买保险,也可以一通

电话办业务。2014年,简易理赔的全流程也将全部在空中新生活广场中实现。”泰康人寿95522负责人表示,“空中新生活广场的愿景就是要代表泰康解决客户的一切问题。”

据了解,为保证客户体验,泰康人寿专门成立了客户体验工作室,任何业务和流程的上线,必须经过客户体验工作室的严格评审,“就是说,如果做不到流程至简,不能更加方便客户,那这项服务就坚决不允许上线。”

目前,泰康空中新生活广场的建设正在快速推进。泰康人寿将充分利用移动互联网技术和大数据思维,快速完成流程和系统整合,快速完成团队的升级改造,尽快通过空中服务渠道给客户“简单、便捷、实惠、个性化”的服务,全面拥抱空中保险服务新时代的到来。

(财金记者 王小平)

商河农信联社

支持发展大棚蔬菜种植
圆农民“致富梦”

商河农信联社贴近当地大力发展现代农业的实际,根据农民群众的金融服务需求,及时把信贷资金和致富信息送到田间地头,积极支持农民发展特色大棚蔬菜的种植,帮助农民群众圆“致富梦”。商河县郑路镇是当地最早发展蔬菜种植的乡镇,种植面积最广,以往主要靠传统露天种植,价格低,销路窄,收益少。为支持当地实现农业现代化,商河农信联社安排资金优先

发放涉农贷款,已累计发放贷款8.4亿元,支持建起大棚1.2万个,种植彩椒、水果旱黄瓜、珍珠红西瓜等特色果蔬3万余亩。农户郑丙水看到种植水果旱黄瓜有市场,但新建大棚资金不足,农信社了解到情况后,为他提供了40万元的信贷资金,支持他承包了20亩土地建起5个高标准蔬菜大棚,种植黄河三角洲水果旱黄瓜6万余株,累计获利近百万元。

(贾存华)

济阳农商银行

绿色金融服务

助力现代农业发展

济阳农商银行坚持服务“三农”的市场定位,加大资金支持力度,积极扶持济阳县瓜菜基地、农产品基地的标准化建设和规模开发。本着及时、流动、方便的原则,贴近农户需要提供金融服务,解决了农户生产资金不足的难题。据了解,济阳农商银行涉农贷款已达23亿元,其中,16亿元用于支持种植农业,有力支持了当地农业产业化发展。同时,济阳农商银行还加大投入,加快现代化支付结算工具的布放,致力于改善农村地区支付环境,打造了通畅快捷的绿色结算

通道。济阳县曲堤镇是全国闻名的黄瓜种植交易基地,2011年以来,济阳农商银行已为市场布放自助设备4台,“农金通”农民自助服务终端7台,POS机100余台,大大提高了支付结算效率。目前,大棚黄瓜迎来第三季大丰收,曲堤蔬菜市场自助设备单日出货量达到70万元,POS日交易量突破150笔,特别是农信社为改善农村结算自主研发的“农金通”,在市场交易中发挥了重要作用,日交易量近8000笔,把便捷的金融服务送到了农民身边。

(修丽萍 陈琳)