



规模增长、净值化转型加快

银行理财产品仍是个人投资者的心头好

本报记者杨芳

1月29日,银行业理财登记托管中心发布《中国银行业理财市场年度报告(2020年)》(以下简称《报告》)显示,截至2020年底,银行理财市场规模达到25.86万亿元,当年累计为投资者创造收益9932.5亿元。

在庞大规模背后,是一大批投资者对银行理财产品的支持。据《报告》显示,截至2020年底,持有理财产品的投资者数量为4162.48万,较2019年底增长86.85%,其中个人投资者占比99.65%。

2020年,你买的理财产品赚了多少钱?



银行理财市场规模增长

“赚的虽然不多,但是比较稳。”聊起去年购买理财产品的收益情况,市民林小姐告诉记者,自己去年购买银行理财产品的资金在20万元左右,一年的收益大概在7000多元。

与去年火热的股市和基金市场相比,林小姐购买理财产品还不到4%的全年收益率并不显眼。但对于和林小姐一样求稳的投资者来说,在近几年理财产品收益率整体走低的环境下,仍是不错的配置。

稳健型投资者对银行理财产品有多热爱?先来看一组数据。《报告》披露,截至2020年末,理财产品全年累计募集金额124.56万亿元,同比增长10.59%,当年累计为投资者创造收益9932.5亿元。全市场持有理财产品的投资者数量为4162.48万,其中个人投资者占比达到99.65%。

可以看出,在突如其来的新冠肺炎疫情给经济社会各方面带来严重冲击下,银行业理财市场整体保持了

平稳运行,并为投资者创造了收益。而随着理财新规落地后银行理财产品起售金额的大幅下降,在市场众多投资标的中,理财产品对个人投资者的吸引力有所增加。

“虽然近几年银行理财产品的整体收益率处于下行通道,但风险偏好稳健的客户仍将其作为资产增值的主要配置产品。”我市一家股份制银行理财经理杨女士说,在众多客户中,中老年群体对理财产品的偏好较年轻人更高一些。

市场主体多元化,理财子公司产品日渐丰富

《报告》显示,2020年银行理财子公司累计发行3265只理财产品,募资规模15.09万亿元(包括开放式产品年内所有开放周期内的累计申购金额),占全市场比例12.11%。

理财子公司发售的产品,大多具备开放式产品占比高、封闭式产品期限较长、固定收益类产品多等特点。同时,相较传统的银行理财产品,理财子公司的产品的起购门槛和收益率也都有所调整。

“最低1元就能买,收益率也比

传统的高一些。”聊起理财子公司的产品,林小姐表示开始能选择的产品不多,大部分银行在售的只有几款且持有期限较长。“不过随着理财子公司开业家数增加,能选的产品也多了起来。”

例如,在工商银行手机银行理财产品一栏,眼下共有50多款理财产品在售,既有每周开、每月开、每季度开的开放式理财产品,也有最低持有期限长达1080天的封闭式理财产品,适合不同需求的投资者。

产品净值化转型加快,投资者接受度增加

长期关注银行理财产品的投资者会发现,眼下各家银行在标注大多数理财产品收益率时,纷纷从预期年化收益率变成了业绩比较基准,有的甚至直接显示最新净值。这一变动,意味着银行理财产品正大步行在净值化转型的道路上。

事实上,自资管新规落地,净值型银行理财产品发行数量不断增加,2020年该类产品发行速度进一步加

快。据《报告》显示,截至2020年年底,全市场净值型理财产品存续规模17.4万亿元,同比增长59%;净值型产品数量占比67%,同比上升22.06个百分点。

随着市场上净值型产品规模和占比的增加,投资者的接受度也有所上升。《报告》中提到,通过统计发现,2020年,净值型产品的投资者数量呈上升态势,其中开放式净值型产品投资者数量加速上升趋势明显。非净值

交通银行黄岩支行

助力“断卡”行动,守护百姓“钱袋子”

为进一步提升金融消费者对违法犯罪活动的风险防范意识,加强银行工作人员的风险识别能力,近日,交通银行黄岩支行通过警银合作、宣传教育、严格监测等方式助力“断卡”行动,守护百姓“钱袋子”。

在日常工作中,该行充分发挥营业网点的阵地宣传作用,在显著位置摆放反诈宣传资料,利用LED

电子屏滚动播放反诈宣传标语。同时,该行工作人员深入社区、企业,发放宣传手册1000余份,切实提高群众反诈防骗和依法使用账户的法律意识。

另外,该行工作人员还严格把好账户准入关,加强开户尽职调查,对开卡、开户符合异常特征的申请坚决予以拒绝,对可疑交易行为予以功

解,把出售、出租、出借银行卡和涉嫌涉诈等违法行为扼杀在摇篮中,通过源头控制,全力守护百姓“钱袋子”。

自助“断卡”行动以来,交通银行黄岩支行协助公安机关快速止付重点涉案账户22户,成功堵截50余起异常开卡事件,有力维护了金融秩序稳定。

本报通讯员冯洋

买红包到建行 金牛压岁茁壮成长

压岁,是属于孩子的春节序曲。从羊年到牛年,从初识到熟悉,建行黄金压岁钱成为给小朋友不变的祝福。每年一张黄金压岁钱,每年传递一份正能量,为小朋友带去年年岁岁的新春祝福,珍藏孩子的童年时光。

为迎接牛年新春,中国建设银行和CCTV2021牛年春晚联合开发、监制,为孩子奉上一款独特的黄金压岁钱——善建成长·CCTV春晚牛年压岁钱。牛年压岁钱,采用香味油墨工艺,打造好玩又有趣的压岁钱。用手指搓一搓牛壮壮的大拇指和牛鼻鼻的牛鼻子,就会闻到牛奶香味,让压岁钱充满童趣。

缤纷斑斓的烟花盛景与漂漂亮亮的祥云采用镭射彩印与磁性油墨工艺,营造绚丽多彩的春节场景。背面烫金线条,采用2D变图工艺,晃动时“陪你长大”字样变成“茁壮成长”字样,在细微之处隐藏长辈朴实而真挚的祝福。倾斜时,可看到牛头状“中国牛”满版暗记水印,兼具祝福和工艺价值。

压岁钱每处细节都藏着祝福,绽放的烟花是新年的

吉祥,口衔金钱的鲤鱼象征牛年富贵好运;花团锦簇的底座传递小朋友们像花儿一样绽放的童年,暗藏于苹果图样上的“安”字暗记,寓意2021年平平安安。压岁钱背面由莲花与莲蓬头演绎的宝锁图案,祝福宝贝茁壮成长。成长路上的每一刻都值得留念,在欢度佳节的时候,手机扫描压岁钱包装盒底部二维码,记录春节欢乐时光,用影像留存成长,祝福宝贝新年快乐。同时,每套压岁钱均配有一张成长祝福卡,书写对孩子新春祝福,让每一份祝福都独一无二。



浙江省慈善联合总会联合中信银行杭州分行 派送新春“大礼包”,传递社会温情

近日,浙江省慈善联合总会联合中信银行杭州分行开展了2021新春“爱心大礼包”活动,陆续向浙江省内困难群众、五老对象、敬老院和儿童福利院的老人儿童等特殊群体派送“爱心大礼包”600份,真诚传递社会温暖。

2008年至2019年,中信银行杭州分行与浙江省慈善联合总会紧密合作,推出了“中信慈善卡”“慈善年夜饭”“慈善团拜会”等新颖的慈善品牌项目,推动社会慈善事业发展,其中仅中信慈善卡持卡人就已累计为慈善捐款超2000万元,深受社会各界充分肯定。

2021年的新春“爱心大礼包”

活动是双方在新冠肺炎疫情防控背景下的又一新举措。

中信银行杭州分行作为浙江省内一家主流商业银行,始终将“为社会尽责任”作为自己的使命担当,自觉将其融入企业文化和业务经营,努力成为一家“有担当、有温度、有特色、有价值”的最佳综合金融服务提供者。该行先后荣获了“全国社会扶贫先进集体”“浙江慈善奖”“中华慈善事业突出贡献奖”等一系列荣誉。近年来,该行年年为浙江省提供超2000亿元的综合融资,债券承销规模排名浙江省金融机构首位。

2020年,该行积极助力抗击疫

情和复工复产,切实抓好“六稳”“六保”工作,围绕“智慧金融”和“科技赋能”,不断创新企业线上线下融资渠道,下调普惠贷款利率,完善企业延期还本付息政策,加大差异化授信审批授权力度,落实中小微企业减费让利要求,并配套推出了“自由还款法”“无还本续贷”等还款方式,切实减轻企业和个体工商户经营压力。自银行业监管评级实施以来,中信银行杭州分行已连续14年保持全省最高监管评级,连续10年保持人民银行监管评价最高等级A级。该行“责任银行”的企业形象在当地得到进一步提升。

本报通讯员王哲



情暖校园

1月28日,工行天台支行与天台红十字会联合开展的“奉献爱心 情暖校园”捐赠活动走进天台县城溪学校,为全校101名学生捐赠了崭新的过冬校服,为山区留守儿童送去温暖和关怀。

本报通讯员姜优红撰

大字版手机银行、加粗版汇款界面 语音版绑卡流程、刷存折取款ATM机具—— 破解老年人金融服务难题

大字版手机银行、加粗版汇款界面、语音版绑卡流程、刷存折取款ATM机具……随着国务院办公厅《关于切实解决老年人运用智能技术困难的实施方案》(以下简称《实施方案》)的印发,当前金融服务领域已有多项“适老”措施有序推进。

其中关键在于如何把准老年人的实际需求,也就是说,老年人究竟需要什么样的金融服务?只有强化问题导向和需求导向,才能有效解决老年人的难题,保证各项措施落地见效。

笔者近日走访多家银行网点、大型商超、菜市场等老年人高频消费场所后发现,由于老年人所处的年龄段、教育背景、生活习惯不同,其金融服务需求也存在较大差异,因此需要分类施策,采取有针对性、差异性的解决方案。

根据调查结果,老年人的金融服务需求总体可分为三类,分别对应三个不同年龄段。一是刚刚退休的人群,年龄集中在55岁至60岁;二是退休10年以内的人群,年龄集中在60岁至70岁;三是退休10年以上的人群,年龄多在70岁以上,有些甚至已进入耄耋之年。

“我使用手机银行快10年了,不觉得自己比年轻人用得差。”于女士笑称,她今年58岁,已退休3年多,还在岗时银行卡、手机银行已发展多年。“我40多岁时用银行卡,后来接触手机银行并尝试网购,因为当时年纪相对较轻,学起来容易上手。”

尽管手机银行使用熟练,但办理大额资金交易时,这些老年人仍青睐线下渠道。为什么不选择线上渠道?于女士说,一是线上渠道不支持大额转账,二是线上渠道“不安全”,针对老年人的电信诈骗频发。实际上,据了解,目前各家商业银行均已支持线上大额资金转账,用户拨打银行电话客服即可调整转账限额。

由此可见,除了“信息不对称”因素,制约这类老年人运用智能技术的梗阻还在于外部环境的安全性。因此,解决“不敢用”问题迫在眉睫。国务院此前已召开打击治理电

信网络新型违法犯罪工作部际联席会议,部署全国“断卡”行动,严厉打击、整治非法贩卖电话卡、银行卡等违法活动,铲除电信网络诈骗案件滋生的土壤。据统计,2020年前10月,全国共破获电信网络诈骗案件15.5万起,同比上升65.6%;拦截处置诈骗电话5100万余次、诈骗短信6.3亿余条,成功止付冻结涉案资金1000余万元。

对于退休10年以内的人群,他们的金融需求有何特点?阻碍他们获取金融服务的“堵点”是什么?调查发现,这一群体可细分为两类,一类接受新技术的意愿、能力较强,其金融服务需求与刚退休人群相似;另一类有潜在的智能技术运用需求,如果有人帮助,他们愿意尝试。

在工行一个网点,上午9点开门后就有老年人陆续前来办理业务。“等待中的老年客户有时会问:‘为什么排在我后面的那位老人提前走了?他办完业务了吗?这时我们会告诉他,那位老人是通过自助机具办的业务,所以更快,进而询问他是否愿意尝试。”该网点员工说。在银行工作人员引导下,不少老年客户对智能服务积极接受,也认可其便捷性与安全性。

但受访老人普遍表示,如果身边没有专业人员指导,自己不会尝试独自使用智能机具,“不会用”“看不清”“怕出错”是主要顾虑。

如何解决以上问题?《实施方案》中明确提出,要推动金融机构、非银行支付机构等优化用户注册、银行卡绑定和支付流程,打造大字版、语音版、简洁版等“适老”手机银行。

“如果手机银行系统识别出客户的年龄在55岁以上,会将常用功能自动切换为老年版。”工商银行相关负责人表示,该行已针对老年群体推出手机银行“幸福生活版”,目前用户数已超1300万。

与标准版相比,老年版手机银行在字号、推荐模块等方面均有不同。除页面字号增大外,功能页面中对重点信息的字号也作了加大、加粗处理。例如在转账汇款界面,用户输入金额后会弹出对话框,里面显

示的是放大的数字,汇款人姓名也会加粗显示,以便老人识别。

“关注老年客户使用需求是银行应尽的责任,希望能够让老年客户体会到金融智能服务的便捷与安全。”工行上述负责人说,该行老年版手机银行还新增了“安全向导”功能,引导老年客户主动使用“账户安全锁”“转账汇款预警”等智能风险控制服务。

对于退休10年以上甚至进入耄耋之年的老年人,他们的金融服务需求与以上两类人群有何不同?笔者调查发现,银行卡、移动互联网技术普及时,上述老人大多已处于退休状态,他们对新技术的认知更为陌生,对传统手段更为依赖,不少人没有银行卡,坚持使用存折,且偏爱现金支付,极少使用移动支付手段。

“每个月15日、16日是发退休金的日子,我早晨会先去菜市场买菜,然后去银行取工资,再回家。”宋先生今年79岁,因为不使用移动支付,拿着存折取钱金便成为他“必须要完成的事”。当被问及是否愿意尝试银行卡、移动支付时,老人摆摆手说:“年纪越大越谨慎,存了一辈子钱,我看病、养老都靠它们啦,可不能出意外。”

“在鼓励推广新技术、新方式的同时,要强调保留老年人熟悉的传统服务方式,我想这是一个硬性要求。”相关专家说,《实施方案》中已明确提出,保留传统金融服务方式,任何单位和个人不得以格式条款、通知、声明、告示等方式拒收现金。

同时,央行会将“整治拒收现金工作”作为一项重点工作长期抓下去,强化日常监管,通过暗访巡查等多种方式开展摸底排查,同时建立违法主体名录库,重点跟踪、持续整治。

据了解,央行已从现金管理、支付服务、普惠金融三方面入手采取措施,旨在切实提升老年人日常金融服务的可得性和满意度。在普惠金融方面,接下来央行将指导金融机构聚焦老年人日常的高频金融场景,打造线上线下一体化、贴合老年人需求的“适老”金融服务。

郭子源