

银行“节日牌”理财产品失宠 募集期限长短比收益率更值得关注

最近,市民李小姐收到多位理财经理发来的银行代销贵金属产品广告,“怎么今年节日专属理财产品全变成贵金属产品了?”正如李小姐所言,前几年每逢节假日,银行往往推出一批专属高收益理财产品来吸引客户。但是在今年多数银行推出的理财产品并不“甜蜜”。业内人士提醒,选择理财产品时,除了收益率,募集期限的长短也是要重点关注的部分,投资者应尽量选择募集期较短的产品。记者 倪子

理财不再热衷节日攀亲

日前,记者走访多家银行网点发现,今年“七夕节”银行理财市场显得“有点冷”,多数银行在理财产品的发售上也没有再打“节日牌”,只有部分银行为“七夕节”量身定制了理财产品。

例如,登录交通银行手机银行APP后,在“理财存款”板块中,该行推出了“七夕——与你再续钱缘”活动,包括活期产品和定期产品。其中,活期专属产品叫天添息结构性存款,风险极低,年化收益率为2.3%~2.5%,5万元起投;定期专属产品有交银添利3个月以及稳添利结构性存款185天,年化收益率均为4.3%,购买起点也都是5万元。

招商银行也推出了七夕理财专场,以“聚益生金C款63天”为例,业绩比较基准5%,投资期限63天,不过只有资产在50万元到500万(含)元的客户才有资格购买。

很多市民误以为专属理财产品就是专属于某类人群的特定理财产品,例如七夕节专属产品只有情侣或者夫妻才可以购买,其实这只是在特定的时间内发售的一款较高收益率的理财产品罢了。

业内人士表示,随着资产新规的正式落地执行,效果逐渐显现,银行理财产品收益率已出现连续下降。今后,银行理财产品再打“节日牌”可能不再吃香。

贵金属产品 争抢“浪漫”商机

现如今,商家都将七夕等节日当作“吸金节”。同其他商家一样,在理财产品不景气的情况下,银行在这个节日推出了多款贵金属产品,争抢“浪漫”商机。

例如,邮储银行推出了“荷美手镯”,材质为足金999、足银999,售价分别是7890元、399元。还有代销的一款项链,七夕节期间购买还有优惠活动,可以送一个金箔玫瑰。

平安银行则以“七夕告白季 浪漫不孤单”为口号,推出了好几款贵金属产品。具体有手链、吊坠、建盏等,产品从398元元到28800元不等。

“送黄金精致又不失贵气,还有增值作用。”看中某银行贵金属的张女士表示,银行虽是借着“七夕”推出贵金属营销活动,其中的产品不仅适用于恋人,送予亲人、朋友也是十分合适的。张女士说,刚好自己母亲的生日临近,她打算为母亲买个金镯子,银行在节日营销又有优惠,正好趁着这个时机购买。

业内人士认为,贵金属产品不同的主题以及精致的图案,让一些消费者愿意在能力范围之内购买,部分贵金属产品属于限量发行,让金银收藏者青睐有加。

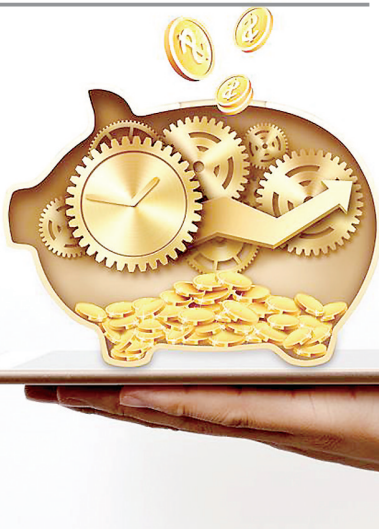
尽量选择募集期较短产品

去年国庆节前夕,市民宋先生在理财经理的介绍下,购买了一款投资期限6个月的理财产品,预期年化收益率4.8%。李先生觉得收益还不错,毫不犹豫认购了10万元。然而该产品的募集期正好在国庆长假之前,起息日却在节后第三天。也就是说,将近半个月的时间,李先生这10万元无法享受高收益。

对此,业内人士表示,尽管预期收益率略高于之前的理财产品,

但某些节日专属理财产品的期限长、募集期也相对较长,实际收益率被“稀释”。特别是一些跨越五一、端午、十一等小长假的,在节后才开始真正计算收益,此前只能计算活期利息。由于额度有限,客户大多也不可能等待到募集期快结束的时候再购买,只能在募集期忍受低息。

对此,有银行理财经理建议,在选择产品时,除了收益率,募集期限的长短也是要重点关注的部分,投资者应尽量选择募集期较短的产品。如果资金闲置期较长,可以选择长期的理财产品,这样不仅收益率相对高些,也能降低募集期对最终收益率的影响。



中信银行郑州分行与省机场集团签署合作协议

8月7日,中信银行郑州分行行长方萍走访河南省机场集团有限公司,并签署了战略合作协议。方萍表示,中信银行郑州分行将以建设“最佳综合金融服务企业”为愿景,发挥集团协同优势,为河南省机场集团提供全方位的综合金融服务。此次战略合作协议

的签订,进一步密切了银企双方合作关系,为机场三期业务合作推进奠定了良好的基础。中信银行郑州分行将以此次战略签约为契机,推动与机场集团的全面深入合作,开启银企双赢的新征程。

章世刚

中原银行郑州分行启动“中原吃货节”

近日,中原银行郑州分行在郑州熙地港中心启动“中原吃货节”活动。活动期间,8家主题美食免费试吃,“线上优惠”+“线下互动”同步展开,更有闯关体重秤、卡通人偶、网红拍照墙等趣味活动。之后,该行还将联合郑州

各大商圈,相继开展七夕浪漫主题、中秋团圆主题、线上欢购主题、圣诞狂欢主题等系列吃货活动,为中原地区美食商家和吃货们提供一个交流互动平台,塑造“中原吃货地图”的特色品牌。邹诗歌

银联移动支付助力河南“智慧景区”建设

目前,洛阳市内洛邑古城、重渡沟、白云山、鸡冠洞等著名景区及景区内商户已全面开通支持受理银联手机闪付、银联二维码支付以及银联IC卡闪付。游客可通过包括Huawei Pay, Apple Pay, Mi Pay, Samsung Pay等在

内的银联手机闪付以及银联二维码支付实现“食、住、行、游”的一条龙支付。不仅为游客带去了方便,“智慧景区”的建设也在景区的营销、数据分析、管理服务等环节发挥了重要作用。梅捷频

华夏保险南阳中支召开产品培训大会

近日,华夏保险南阳中支在南阳召开“赢巅峰战八月 人人官升一级”产品培训及业务启动大会。到场人员分别来自本部一区、本部二区、方城、唐河、邓州、南召、内乡、新野8家机构,华夏保险南阳中支总经理刘玉蜀

参加此次启动大会。启动会上,南阳中支营销业务部经理熊青玲首先对主管进行考核测试,根据7月营销数据分析,对8家机构业绩排名做点评,而后对“7月业务组前十”“新晋高组”“新晋区域总”单位进行表彰。秦世乐

工行加快建设智慧生活消费场景

据悉,“工银e生活”App推出一年来,已为2000多万名用户提供便捷优惠的消费类金融服务,累计消费额近9亿元。目前,“工银e生活”App整合融e借、现金分期、账单分期、场景分期等主要工银信用卡服务,构建了安全、便

捷的消费金融生态。同时,搭建起工银e爆品、话费充值、外卖超市、电影、旅游出行、手机数码分期、餐饮团购等60余个日常消费类场景,基本满足人们在“衣食住行娱学医”等各领域的需求。李欣

交行沃德杯广场舞大赛郑州赛区海选拉开帷幕

日前,由交通银行主办的“一百万一起玩 一齐舞——2018年交通银行沃德杯广场舞大赛”郑州赛区海选拉开帷幕。同时,交行还推出了多项配套活动。“周周开奖”活动,总奖池金额高达130万元;“分享百万”活动,总奖池金额高达100万元。“竞猜赢奖”活动,总奖

池金额高达670万元。2018年交通银行沃德杯广场舞大赛仍然通过采取“线下比赛+线上评选”的形式,分别在全国设置37个赛区进行海选赛。参赛评分根据线上评分和评委评分,平均后合成总分,每个赛区排名第一的队伍代表本赛区进入全国复赛。全权

泰康人寿第十八届客服节开幕

日前,以“新生活,心体验”为主题的泰康人寿第十八届客服节拉开帷幕。本届客服节倾情推出“五大亮点”,助力客户享受升级服务。亮点一,三大场景、多彩体验式活动。亮点二,线上服务百宝箱开启:在“泰康人寿”服务号上,开通上线泰康服务、泰

康福利两个平台,创新服务关怀新模式。亮点三,司庆感恩季,健康大升级:对重疾保额低于20万元的客户加保送健康。亮点四,温馨理赔服务;亮点五,举行“新梦想,新风采”客户服务大赛。王若谷

平安产险数据建模大赛圆满落幕

8月3日,由平安产险精算部和AI部合作运营的“2018平安产险数据建模大赛”决赛在深圳落幕。本次大赛历经4个多月,共计2749支队伍参赛,总人数达3352人。其中,85.1%的参赛者年

龄在20~28岁,59.2%的参赛者拥有硕士研究生及以上学历。经过激烈角逐,“纳米小星星”团队获得第一名,“凌蓝风_veryNice”团队获得第二名,“高米店之光”获得第三名。王筱

行业快讯