

普及金融知识,守住“钱袋子”

浦发银行郑州分行以金融力量助力百姓美好生活

6月以来,浦发银行郑州分行积极落实相关政策要求,结合线上渠道与线下宣传活动,全面开展“普及金融知识,守住‘钱袋子’”“防范非法集资宣传月”“普及金融知识万里行”宣教活动。在助力复工复产的同时,着力提升金融消费者风险识别能力,特别是有效引导低净值人群在新冠肺炎疫情期间远离和抵制非法金融活动、提高防诈骗能力,为构建和谐稳定的金融环境积极贡献力量。

郑报全媒体记者 倪子 张俊 通讯员 魏兰兰

200多只银行理财产品 净值低于1

理财关键在于“资产配置”

相关数据显示,截至6月15日,超过200只存续的银行理财产品净值低于1。这些负收益银行理财产品中,多属于“R2”级别,即“稳健型、中低风险”。如今,越来越多的投资者意识到,原来银行理财产品真的会亏损。业内人士提醒投资者,随着净值化转型,这种情况出现的频率会越来越高。因此,“资产配置”尤为重要,投资人要了解自己的风险属性,找到最合适自己的投资组合进行资产配置。

郑报全媒体记者 倪子

理财产品负收益并不少见

2018年4月资管新规出台,明确要求银行理财要打破刚性兑付,向净值化转型,投资者要自负盈亏。

实际上,银行理财产品亏损的情况一直都存在,只不过过去亏损的大多是高净值理财、私募理财或私募理财产品,面向客群也大多是高收入或高资产投资者,所以并未引起太多关注。

一般来说,中高风险等级的理财产品容易亏损,尤其是配置股票等权益类资产的产品。但是,受近期货币宽松不如预期导致债市走熊等影响,一些银行

推出的PR2级(中低风险)理财产品,也发生了阶段性亏损现象,从而影响到银行理财产品净值。

不过,近两年理财产品净值化转型速度不如预期,截至目前,净值型理财产品规模占比只有50%左右,净值型理财产品亏损的案例也极少发生,有些伪净值型产品依然在执行刚性兑付。理财产品的初始净值都是1,此后净值会不断波动,上涨的概率较高,但也有下跌情况,净值跌破1的理财产品并不少见。

产品收益波动更为强烈

什么样的理财产品容易跌破1的净值呢?业内人士表示,从目前来看,这些净值在1以下的理财产品成立时间较短,产品期限较长,短期内净值下跌不代表长期或最终投资收益,投资者无需过度关注短期净值的下跌。一般来说,持有时间越长、理财产品亏损的概率越低。

此外,净值型理财产品可能为投资者博取更高的投资收益。理财子公司对净值型理财产品收取固定管理费及浮动管理费,浮动管理费针对超额业绩基准的投资收益收取,在20%~100%,平均为50%左右。如果浮动管理费率不是100%,则投资者可能获取超额业绩报酬。

假设一款净值型理财产品的业绩比较基准为4.2%,浮动管理费率是50%,产品的实际投资收益率是5%,则投资者最终拿到的收益率是 $4.2\% + (5\% - 4.2\%) \times 50\% = 4.6\%$ 。

以某银行的理财子公司披露的产品净值数据显示,该公司共有90款产品在3月底和5月底披露了产品净值,这90只产品在这2个月期间的平均年化收益率在9%左右。该公司今年以来新发行的净值型理财产品的平均业绩比较基准在4.5%左右,可以看出,虽然净值型理财产品的收益波动加剧,但给投资者带来的收益要高于传统预期收益型理财产品,且部分产品能给投资者带来超额业绩报酬。

理财关键在于“资产配置”

据普益标准统计,2019年度,银行发行的净值型理财产品投资类型仍以银行擅长的固定收益类资产为主,占比高达94.63%。当前已有理财子公司透露部分产品正在逐步提升非固收资产的占比,包括混合型基金、高股息高分红股票等。

不少业内人士表示,未来理财子公司会加大“固收+”产品和指数类产品布局。同时,未来银行应从简单地卖产品,转型为真正意义的财富管理银行,

才有未来的竞争力。

面对理财收益率不确定的未来,个人投资者应当如何应对呢?业内人士表示,目前出现的债市震荡和一些银行理财产品出现的亏损,是短期现象,未来理财收益率还是会回升的。在今后的投资中,“资产配置”变得尤为重要,投资人要了解自己的风险属性,购买与自己风险承受力相匹配的投资组合,制定适合自己的资产配置。



维护金融环境,建设“金融知识普及”小课堂

浦发银行郑州分行坚持把疫情防控与普及金融知识教育活动相结合,创新宣传模式,加强线上宣传,开启“非接触式”新模式,制作了一系列简单易学又贴近公众生活的金融知识图文,如“理财知识普及”“安全小贴士”“防范网络电信诈骗小课堂”“依法理性维权”“防骗锦囊,中老年人网络电信诈骗九骗招”等,并依托官方

微信宣传推广。同时,通过宣传视频对金融知识进行包装,采取朋友圈、聊天群因地制宜开展形式多样的线上宣传,引导金融消费者用好线上金融工具,提升风险防控意识和依法维权意识。此外,该行还举办了金融知识微视频大赛、金融知识微信答题赢红包等宣传活动,进一步丰富了线上宣传形式。

每一家网点 都是自带流量的传播阵地

为进一步加深了群众对银行金融知识的认知和了解,提升社会公众金融安全意识和风险认知能力,在突出线上宣传教育作用的同时,浦发银行郑州分行立足网点宣传阵地,扩大宣传服务效果,针对网点办理业务的客户,特别是老年人等重点客户群体开展金融知识宣传,通过发放折页、讲解常见案例等方式,向客户介绍财产安全知识,为客户答疑解惑,增强客户安全防范意识,避免客户上当受骗;通

过LED电子屏幕等滚动播放宣传标语,悬挂横幅标语,利用宣传栏、海报机等载体播放宣传视频,营造宣传氛围,并与到访客户开展一对一宣传,扩大宣传影响力。

此外,该行各网点在营业场所或办公场所醒目位置公布本单位的投诉电话、通信地址等投诉渠道信息和消费投诉处理流程,积极引导通过协商、调解、仲裁、诉讼等多元化渠道,依法及时妥善处理消费纠纷。

每一位员工,都是金融知识传播的桥梁

“活动期间,浦发银行郑州分行多家网点走进周边社区,设立宣传台,以通俗易懂的语言和活泼生动的方式向社区居民开展金融知识宣传,得到了大家的认可。”据工作人员介绍,结合人民银行重点针对低净值人群需求的总要求,浦发银行郑州分行积极将此次活动与日常工作结合起来。

一方面,结合金融扶贫,开展“送金融知识下乡”活动。深入对口支援点开展“送金融知识下乡”活动,通过在村委会发放折页、入户宣讲、广播等多种形式,结合建立帮扶群日常推送金融基础知识与消费者权益保护等相关内容,推动金融知识普及。

另一方面,走进农民工工资代发企业,在业务咨询办理的过程中,普及存款保险的基本概念、保障范围、最高偿付限额、偿付情形、参保对象、保费交纳主体、存款保险基金的管理等,引导金融消费者全面、客观地认识存款保险制度的作用。

下一步,浦发银行郑州分行将继续秉持“金融为美好生活创造价值”的使命担当,以金融消费者为中心,持续深入开展金融知识普及活动,不断创新宣教方式,拓宽宣传渠道,进一步巩固完善金融知识宣传普及长效机制,真正将金融知识普及到千家万户,为构建安全和谐金融环境,持续提供强有力的金融力量。