

多家银行下调理财业绩比较基准

近日,多家银行在其官网发布公告称将下调旗下理财产品业绩比较基准,引发市场关注。记者调查发现,随着银行理财产品向净值化转型,仍有投资者难以接受理财产品亏损、未达“预期收益率”,甚至很多投资者还将业绩比较基准误认为是“预期收益率”,因此对“收益率未达标”的投诉量高企。

对于银行下调理财产品业绩比较基准的原因,接受记者采访的专家表示,年初以来,受国内外各种因素影响,A股市场波动较大,导致部分银行理财产品净值回撤,与业绩基准相差较大。此外,银行理财产品的底层资产以债权类资产为主,对货币市场利率高度敏感,近期利率下行趋势对银行理财产品收益率也造成了一定影响。在此背景下,银行下调业绩基准有利于调整投资者的收益预期。

多家银行理财子公司下调产品业绩比较基准

近日,多家银行理财子公司下调理财产品业绩比较基准。例如,近日,中银理财再次下调了旗下一款理财产品业绩比较基准。8月3日,中银理财发布公告称,拟于2022年8月9日起对“中银理财——稳富(季增益)007”产品的业绩比较基准进行调整,即由2.7%至4%(即年化收益率,以下相同)调整至2.5%至3.8%,即在原业绩基准基础上下调了20个BP,这并不是中银理财第一次下调旗下理财产品的业绩比较基准,记者注意到,今年以来,中银理财旗下的智富以及稳富系列等多款产品均下调了业绩比较基准。

针对银行理财子公司下调产品业绩比较基准的现象,上述银行工作人员向记者表示,理财产品业绩比较基准的下调,与利率下行趋势有关。

此外,多家银行理财子公司也下调了多款理财产品的业绩比较基准。8月2日,招银理财发布公告称,将于8月8日起对招睿月添利(平衡)2号固定收益类理财计划的业绩比较基准进行调整,即由2.6%至3.8%调整至2.5%至3.7%。

星图金融研究院副院长薛洪言在接受记者采访时表示,近期银行理财产品业绩比较基准下调,受到多方面因素影响。首先,银行理财产品的底层资产以债权类资产为主,对货币市场利率高度敏感,当前利率水平处于低位,因此底层资产收益率也趋于下降;其次,银行理财产品也会配置部分权益资产,以增厚整体产品收益,但在当前市场环境下,权益资产波动加大导致收益不确定性增加,也会拉低银行理财产品的收益率水平。

虽然部分银行理财产品出现了兑付收益“不达标”的现象,但整体来看,理财市场的兑付情况较为乐观。普益标准数据显示,虽然净值化转型后,理财产品不再保本保息,但仍有近九成的产品到期收益率可以达到银行设定的业绩比较基准线,甚至超四成产品到期收益率超过了业绩比较基准中枢,实现了“超额兑付”。

投资者应有合理投资收益预期

资管新规实施以来,刚性兑付被打破,银行理财产品向净值化转型。然而,仍有投资者难以接受理财产品未达“预期收益率”或亏损。

在黑猫投诉平台上,有众多投资者投诉银行理财产品收益率未达“预期收益率”甚至亏损。近日,银保监会消费者权益保护局发布《关于2022年第一季度银行业消费投诉情况的通报》(以下简称《通报》),《通报》显示,银行理财类业务投诉量占总投诉量5.1%,约3872件,位列投诉

业务的第3位。

“我们在推介理财产品时都会提醒客户,银行销售的理财产品都是净值型,也就是不再保本保息,凡是理财产品均有一定风险。”一家股份制银行理财经理对记者表示,“不过有的客户对现有银行理财产品的理解并没有转变,近期部分银行理财出现负收益后,已出现客户投诉的情况。”

中信证券首席经济学家明明认为,一方面,要加强对理财经理的体系化培训力度,强调在理财产品销售中必须向客户详细说明理财产品的各项要素,尤其是业绩基准等可能引发后续客诉事件的重点要素。另一方面,需加强投资者适当性管理,严格把控产品风险等级和客户风险等级的匹配,避免向低风险偏好的客户推荐超出其风险承受能力的产品。

“银行理财投资者以稳健型投资者为主,更看重理财产品的稳健性,当银行理财产品波动性超出投资者预期时,就会出现预期背离,引发潜在纠纷。”薛洪言表示,不过,这并非简单的投资者教育和预期引导问题,关键在于银行如何继续加强产品创设和风险管理能力。随着越来越多的银行理财产品增配权益资产,银行需进一步提高投研能力,推出更多能够平衡投资者风险偏好和收益要求的产品。

在经济学家明明看来,银行理财机构未来仍会将具有传统优势的纯固收产品作为基本盘,同时大力发展“固收+”产品,积极探索“碳中和”“乡村振兴”等创新主题产品,在为客户创造收益的同时积极承担社会责任。

薛洪言也建议,银行理财机构应将发展重心放在加强用户需求洞察、提高专业配置能力上,以推出更具竞争力的产品为目标,全面强化竞争优势。

证券日报

动态

工银安盛人寿十年跨越 实现高质量发展

2012年7月,工银安盛成为商业银行入股保险业的首批试点公司之一。成立十年来,工银安盛的各项经营业绩均取得快速提升,保费收入由成立之初的48亿元提升至466亿元,增长近9倍;公司的服务范围持续拓展,已在全国设立19家省级分公司、1家直属中心支公司、72家中心支公司。十年来累计实现净利润61.89亿元;投资收益从1.6亿元增长至121亿元,年均增长62%。

在保险产品方面,工银安盛不断丰富产品体系,覆盖健康保障、财富管理、养老保障、子女教育多个维度,“鑫系列”和“御系列”产品开行业先河,广受市场认可与客户青睐。

为响应中国银保监会要求,工银安盛通过在营业网点设置敬老窗口、特殊情况的老年客户由工作人员上门提供线下服务、客户服务热线设置“银发专线”等多项切实措施,积极落实相关精神,精简老年客户办理业务的服务流程,充分营造敬老爱老的服务氛围,满足老年客户多样化的服务需求,切实维护好老年客户群体的合法权益,获得了广大老年客户的认可和好评。

保险资产管理公司作为保险资金的核心管理人,已经成为我国金融市场的重要参与者。工银安盛始终积极响应国家重大战略,通过成立资管子公司,参与投资国电光伏、渝黔公路等一大批民生工程项目,切实支持实体经济;面对重大灾害事件,公司运用保险工具,全力参与到

应急保障和社会救助中,收获了社会各界的肯定。

积极回馈社会,一直是工银安盛秉持的理念。公司创立“爱立方”公益品牌,累计投入120余万元。在全国乡村小学援建21座“爱立方”爱心图书室,捐赠书籍六万余册,受益学生超万人。

站在新的起点上,工银安盛将继续围绕“建设国内一流保险公司”的愿景,做客户信赖、有价值、有温度的企业。同时,将全力构建适应高质量发展的经营模式,聚焦渠道、资管、区域、养老、数字五大核心战略,优化资源配置,健全风险控制,不断开创公司高质量发展的新格局。

(高亚丽)

图说业界



■阳光人寿升级“百问百答”智能服务。基于大量线上产品条款和业务服务数据,依托智能自然语言处理(NLP)技术,建立了服务知识信息库。截至目前,“百问百答”智能机器已为14.8万个客户和代理人提供了21.5万次服务,回复了59.7万个问题。图为手机客户“百问百答”界面。

(周婧)



■7月,民生银行石家庄分行组织同城26家支行,19家社区支行开展了“小小银行家养成记”青少年金融知识宣传活动。以寓教于乐的方式,着力培育孩子们的金融素养和金融风险防范能力。本次活动消费者触达率900余人。图为7月1日,民生银行市分行活动现场。

(孙旭旭)