

■ 投保看台

实物养老保障计划登场

□本报记者 丁冰

合众人寿日前推出国内首款保险产品对接养老社区的实物养老保障计划。每月1500元,连续缴纳保费,就可以保证70岁入住居住在家中,生活在社区,服务于机构的CCRC持续健康退休社区。

除武汉之外,合众人寿在山东、北京、黑龙江、江苏、上海等省市也在积极规划进入,未来几年将完成全国化的养老社区战略布局。

自2009年保监会批准第一个养老社区投资试点以来,业内关于传统养老保险产品与养老社区如何对接存在分歧。

2012年,泰康人寿首推挂钩养老社区的保险产品,购买其产品即获得入住养老社区的资格,未来入住养老社区的房屋租金和居家费用由保险合同产生的利益则根据当时的市场价来支付。而此次合众人寿的养老保障计划则规定,客户只要购买保险并连续缴费,就可以保证养老社区的入住,而不必再支付租金,锁定未来在养老社区租金方面的投入。

不过需强调的是,由于未来人力成本、医疗成本等服务成本具有太高的不可控性,购买合众人寿保险的客户未来入住养老服务费用,则要根据未来市场情况另外缴纳。

对外经贸大学保险学院院长王稳指出,合众人寿保单覆盖养老社区租金,这一模式打破了传统保险产品的观念和产品模式,从虚拟的预期收益保障向可见的实物保障转移,推动了养老地产产品模式的升级。

据了解,合众养老社区的建设内容包括定位于55至70岁的活跃老人社区和70岁以上的持续退休社区。该社区集居家、社区和养老机构三种养老方式于一体,提供了包括独立生活、协助照料和专业护士护理等系统化的专业照料服务。

据相关负责人介绍,想要入住合众人寿养老社区可以通过两种方式。一种是通过购买保单,目前合众人寿推出包括“合众乐享优年生活实物养老保障计划”、“合众颐享优年生活实物养老保障计划”以及“合众优年世家实物养老保障计划”三款产品,购买产品后到合同约定年龄便可入住养老社区,根据入住年限的不同,每年缴费在3万元和4.8万元不等。另一种是可选择租赁的形式,即入住者缴纳一定数额押金,并定期交房租以及不同标准的服务费用等相关费用。

目前由于缺乏土地、税收等方面的优惠政策,养老社区运营成本较高,还未有成熟的盈利模式,因此大多数商业机构办养老社区往往定位于高端人群,少数已经开售的挂钩养老社区的保险产品,最低门槛也在几百万以上。分析人士指出,合众的养老社区模式意味着未来租金上涨的风险有保险公司承担,这一运作模式的盈利持续性尚待观察。

■ 卡行天下

信用卡积分使用大比拼

□陈洋

随着信用卡用户的大量增长,各大银行为完善消费者的刷卡体验,推出积分兑换活动来鼓励持卡人积极刷卡消费。对于消费者来说,什么形式的积分兑换活动既方便又实惠呢?

类型一:积分换购有额度限制,只能网上兑换

目前大部分信用卡积分兑换活动均采取此种形式,消费者在进行刷卡消费之后会产生相应的积分(通常为1元1分),当积分累积到一定程度,便可在指定网站进行相应礼品的兑换。如交行信用卡用户,当积分累积到66000分时,可兑换价值149元的惠家水电壶一台。又如民生银行积分至195000分便可兑换价值421元的三洋电热水瓶一台。

点评:这种积分兑换模式对消费者的积分数值提出较大的要求,若积分未达到银行规定的额度,则无法进行相应礼品的兑换。相应地,只要积分越高,可供兑换的礼品价值也就越高。此外,对礼品兑换的地方有所规定,一定程度上不太方便持卡人进行礼品的筛选与兑换。

推荐指数:★★★☆☆

类型二:积分当钱花,兑礼范围广

此类银行刷卡积分方式均为消费1元累积1分,在使用信用卡消费的同时可以进行等值的积分积累,进而使用积分进行礼品兑换。近日,广发银行推出的信用卡“积分当钱花”的活动,兑换礼品时持卡人不再受积分数值限制,一条口香糖,一瓶洗发水,都可用积分购买。此外,消费者不仅可在广发积分商城兑换礼品,还可以就近选择超市、便利店等参与积分换购活动,参与换购的商家囊括必胜客、赛百味、哈根达斯等餐饮、甜品门店。

积分换购“涵盖范围广,涉及品牌多,消费者可根据需求进行礼品兑换。”

点评:此类银行不仅在积分方式上为消费者提供了便利,采用等值积分方式,持卡人花一分钱便可得到一分的积分,实现“积分当钱花”的兑换方式,使消费者积分不再成为“鸡肋”。

推荐指数:★★★★★

类型三:积分形式各不相同,礼品进行网上兑换

如今各大银行信用卡的积分模式各不相同,因而导致兑换礼品的形式各异。如中行刷卡购车每100元人民币积8分,购房每100元人民币积6分。而像工行、农行、建行等银行的信用卡用户进行购房、购车、批发、网上交易等均不享受积分。中行的信用卡消费者,每积满12700分或31700分可在指定网站进行相应礼品的兑换。

点评:上述这些银行的积分方式都不尽相同,但其共同点都是花一分钱而得不到同等价值的积分,且兑换礼品时必须到指定的网站兑换特定的礼品。一方面消费者刷卡消费积分的范围比较窄,另一方面使用积分进行礼品兑换时的限制也较大。

推荐指数:★★★☆☆

■ 投资潮流

10亿元“热场”过后 百度“百赚”归于大路货

□本报实习记者 梅俊彦

百度理财B(百发)在28日上线后,很多投资者还没回过神来就已经售罄,10亿元额度4小时就凑满。一番热场过后,一位主角登场了:百度理财平台随即推出“百赚”产品。该产品于31日开卖,投资标的与“百发”类似,均是华夏基金的货币基金。与“百发”不同的是,该产品页面上暗示预期年化收益率超过4.2%。与“百发”相比,“百赚”的预期收益率降低了将近一半,已经回到投资货币基金的本质。这也使得“百赚”的特性跟余额宝相差无几,对投资者的吸引力大降。

7家网银客户可购买

百度理财主页10月31日的页面相当简单,没有产品介绍,没有预期收益率,跟投资相关的信息是:

“灵活存取收益高”、“交易安全有保障”和“财神建议最佳购买时间”的倒计时。

中国证券报记者10月31日对购买进行了一次体验。开户登陆之后在我的小金库”页面上看到更多的产品相关信息。页面显示“百赚”由华夏基金公司提供产品,华夏现金增利货币E最近30天的年化收益率是4.816%。

关于“百赚”这个产品能给投资者带来多少收益,页面上用词含糊,仅有“超活期收益12倍”这句主语缺



CFP图片

失的表述。

“百发”在预期收益率上的故事很多。在“百发”发行前后,百度的页面虽没有8%收益的信息,但是遭到证监会的核查。这次“百赚”对预期收益率含糊的表态,是百度首次把收益率相关的信息放到了理财计划的页面上。

业内人士提醒,百度所说的“超活期收益12倍”有可能是指货币基金过往的业绩,这并不代表未来的业绩。

记者点击“我要投钱”按钮,百度显示“百度理财B创始会员资格已满,您将投钱的是百赚”。在选择银行页面,记者看到可供选择的银行仅有7家,分别是建设银行、浦发银

行、招商银行、平安银行、农业银行、民生银行和上海银行。页面上再无选择其它银行的通道,比如说“其它银行”“银联”之类,这意味着非上述7家银行的网银用户将无法购买“百赚”产品。

预期收益率回归理性

如果“超活期收益12倍”说的是百赚的预期收益率的话,按照现有0.35%的活期存款利率来算,12倍是4.2%。该预期收益率与“百发”相比,降低了接近一半,也落在货币基金的正常收益区间。

没想到百度这么快就回归理性了。”一位银行理财人士对中国证

券报记者表示。此前“百发”8%的预期收益率被不少业内人士认为是“赔钱赚吆喝”。

据了解,“百发”要不赔钱,可以用自有资金跟着投资者购买同等份额的货币基金,把收益部分跟投资者共享或者全部送给投资者。另外,百度在“百发”产品上还设置了“百宝箱”功能。

百度给“百发”的投资者的短信中如此说:“百度理财创始会员您好!在查看到您目前收益的同时,请不要忽略百宝箱的存在,因为60天之后您会发现,我们的诚意就在其中,请您相信我们的努力!或许投资者期望的高收益可能还得等到2个月后百宝箱的开启。”

业内人士指出,“百宝箱”的设置给“百发”的最终收益留下了很大弹性,投资标的物表现不如预期时,百度可以考虑通过“百宝箱”给投资者“送钱”。

不过,上述均为业内人士猜测。多位业内人士指出,8%的高收益率无论如何都不是长久之计。“百赚”把预期收益率降低到4.2%,正是百度的理财回归理性的表现。预计日后这种投资标的物是货币基金的产品会淡化投资者对其预期收益率的观念。

投货基产品风险低

人人聚财CEO许建文对中国证券报记者表示,百度理财备受瞩目,主要是因为8%收益率的噱头,预期

收益率降低之后,本质上与余额宝几乎没有区别,这会影响投资者热情。由于“百赚”并没有总额度的限制,因此难以得知当天的销售情况。

10月31日数据显示,天弘增利宝(余额宝投资标的)七日年化收益率是4.76%,华夏现金增利E(百赚投资标的)截至10月29日的7日年化收益率为4.772%,两者相差无几。其他货币基金的七日年化收益率也在3%到5%的区间内。

业内人士指出,百度理财、余额宝等产品的投资标的都是货币基金,设计上实际上没有突破货币基金的正常收益范畴。许建文认为,客户投资百度理财和余额宝基本上没有亏损的风险,过往的货币基金的业绩很少出现年度亏损的情况。

业内人士指出,目前百度理财的收益率降低之后,与余额宝相比劣势明显。余额宝有着庞大的账号体系,支付宝有着良好的用户体验,另外还有电商平台作为支持,在收益率以外的服务强于百度的平台。

百度做金融,跟腾讯、阿里相比没有太多优势。肯定的是靠让利,价格战先打起来,再把其他业务做起来,才能跟另外两大巨头竞争。”许建文说。

不过也有业内人士指出,百度或许能走出一条新路子,比如百度凭借目前的热度,发出更多投资标的更为丰富的产品,最终有可能成为类似于理财超市的形态。

■ 银行理财

跨年理财扎堆上市

预期收益率超5%

□本报记者 殷鹏

虽然“跨年”理财产品年年有,但今年的“跨年理财”产品似乎来得特别早。最近,不少银行已经开始扎堆推出“跨年”理财产品,而且年化收益率普遍超过5%。在商业银行人士看来,年末资金面紧张和银行间市场资金拆借利率高企是主要原因。多位商业银行理财客户经理预计,目前的高收益率状况将持续一段时间,四季度资金面明显松下来的可能性不大,银行理财产品和货币基金产品收益率将持续上涨,建议投资者考虑购买90天左右,预期年化收益率在5%以上理财产品来锁定收益。

根据权威机构数据统计,今年三季度共有10253款理财产品到期,有76%的产品披露了到期收益数据,其中40款产品未达到最高预期收益率,均为结构性产品。未达预期收益或出现亏损已成为金融消费者对银行理财产品投诉的主要问题。理财专家表示,商业银行开展理财资产管理业务试点目前已启动,债券直接融资工具等创新金融工具的运用将使银行理财产品逐渐摆脱当前利率市场化“推手”的作用,以预期收益率为主的原则将彻底转变。

随着手机银行的跑马圈地,全国约50家银行推出了手机银行客户端,并在价格、优惠政策、产品创新等方面展开激烈竞争。为了吸引客户,手机银行除了传统的转账、汇款等业务有优惠以外,专属理财产品和货币基金产品收益率将持续上涨。

业内人士称,手机银行将会成为未来购买理财产品的主渠道。

购买银行理财产品不仅要看好预期收益率,还要根据每位投资者的实际情况进行选择。银行理财产品收益率主要由投资期限、投资金额、是否保本、投资方向等因素

决定,这些因素对不同购买者会有不同影响。一般而言,投资期越长,预期收益率越高;投资期越短,预期收益率越低。承诺保本的,预期收益率低;不承诺保本的,预期收益率高。

据金融界金融产品研究中心统计,本周共有667款理财产品发行,预期收益率整体略有增加。除12个月和12个月以上期限的理财产品周均收益率略有下降外,其它期限理财产品的周均收益率均有不同程度提高。从收益率分布来看,各期限预期收益率最高产品属股份制商业银行、城市商业银行、国有商业银行和外资行。其中,7天、14天、1月和12月,这四种期限预期收益率最高的产品均被平安银行发行的产品所占据。天津银行发行的一款理财产品占据了3个月期限产品预期收益率第一的位置,而中国银行的一款6月期非保本浮动收益产品以高达6%的预期收益率居同期限产品的首位。

据金融界金融产品研究中心统计,本周共有667款理财产品发行,预期收益率整体略有增加。除12个月和12个月以上期限的理财产品周均收益率略有下降外,其它期限理财产品的周均收益率均有不同程度提高。从收益率分布来看,各期限预期收益率最高产品属股份制商业银行、城市商业银行、国有商业银行和外资行。其中,7天、14天、1月和12月,这四种期限预期收益率最高的产品均被平安银行发行的产品所占据。天津银行发行的一款理财产品占据了3个月期限产品预期收益率第一的位置,而中国银行的一款6月期非保本浮动收益产品以高达6%的预期收益率居同期限产品的首位。