

银行理财产品净值回升 配置优势仍存

“我的银行理财产品半月前本金赔了将近14000元，今天点开一看，已经涨回来6000多元了。”来自山东的投资者小刘向中国证券报记者表示。在经历了2022年11月、12月的震荡调整后，不少投资者日前表示，随着理财产品净值回升，近期浮动收益上涨了不少。

业内人士指出，理财产品的净值涨跌与债市、股市表现有较大关系。开年一周以来，债市出现小幅回暖，权益市场也实现“开门红”，这对理财产品净值回升带来较大利好。从长期来看，理财产品整体有望呈现波动式上涨趋势。

● 本报记者 石诗语



视觉中国图片

破净率下降

据中国理财网数据统计，截至1月9日，在售和存续的理财产品共10640只，其中，净值低于1元的理财产品有1921只，破净率为18.05%，与2022年末相比，破净率降低近2个百分点。

广发证券固收团队刘郁等人表示，2022年12月中下旬以来，各类型银行理财子公司的代表产品净值企稳上升。2022年12月15日至2023年1月4日，中长债、短债、偏债混合理财产品，合成净值区间收益率分别为0.49%、0.27%、0.27%。银行理财子公司破净率继续下降，其中规模占比较大的国有银行和股份银行理财子公司产品破净率分别下降4.8%、6.3%。

在破净率收窄的同时，不少投资者已看到实实在在的收益上涨。来自江苏的陈女士表示：“2022年10月份买的R2风险等级的债

券类理财产品，这几天的收益终于由‘绿’转‘红’了。去年刚买不久就遇到债市大跌，本金投了10多万元，跌幅最大的一天亏了1500多元，最近终于看到回头钱了。”

记者梳理多家银行理财产品发现，开年以来多个理财产品收益率涨幅喜人，部分现金管理类产品7日年化收益率重新突破3%。例如，中信银行APP显示，截至1月9日，该行现金管理2号产品7日年化收益率为3.02%，而在2022年12月中下旬，该产品7日年化收益率仅在2.2%左右。

股债上涨带来利好

针对近期理财收益回暖，业内人士认为，主要存在两方面原因：一是固收类理财产品底层资产以债券为主，近期债券价格上涨、利率下行，前期购买的债券价值上升，收益率随之上升；二是对于配置了权益类资产的理财产品来说，近期股市表现向好也带来产品净

值上升。

具体来看，债券市场方面，资金面在元旦后转向宽松，叠加机构配置需求加大，支撑债市开年小幅回暖。华安期货分析称，开年以来，债市出现集体小幅上涨的主要原因是前期央行对资金面的呵护力度超预期，长端利率出现下行。

此外，权益市场方面，A股也迎来“开门红”，新年第一周沪深股市主要指数全线上涨，截至1月9日收盘，上证指数新年5个交易日累计上涨2.81%，突破3100点，这对分布于权益类资产的理财产品带来较大利好。

融360数字科技研究院分析师刘银平表示，理财产品的净值表现与债市、股市表现有较大关系。从长期来看，理财产品净值整体会呈现波动上涨趋势。

将回归稳健发展

展望后市，业内人士认为，理财产品仍具

有一定的配置优势。“理财产品相较于部分证券、基金产品，波动相对平滑，整体风险可控，投资者仍可谨慎配置。”某股份行理财经理说。

中国银行研究院博士后杜阳表示，在经历破净潮后，预计理财产品将回归稳健发展。一方面，在我国坚持“以我为主”的稳健货币政策取向，债券市场将回归整体稳定的发展趋势；另一方面，随着价值投资观念的逐步深入，投资者行为将更趋理性，长期来看，银行理财仍是投资者青睐的产品之一。

展望2023年，光大证券金融研究院团队王一峰等人认为，随着对理财负债端稳定性再认识，理财产品资产配置将更注重长期匹配。预计银行理财以固定收益类资产为主、追求绝对收益的配置思路短期内不会变，开放式产品将是主流运作形态。同时，随着市场环境及投资者行为的变化，不排除银行理财呈现新的阶段性特征与边际变化。

个人养老金业务调研：

银行推广力度加大 相关产品亟待丰富

● 本报记者 王方圆

“准备开立个人养老金账户，有了解的小伙伴吗？”新年伊始，试点银行继续加大个人养老金业务推广力度，投资者开户热情有所提升。

中国证券报记者了解到，仍有不少投资者对个人养老金制度缺乏了解，金融机构仍需进一步加大普及推广力度。已经开立账户的投资者结合自身投资体验，建议商业银行加大相关产品引入。

优惠活动多

“开户即可得50元立减金、30元话费券，缴存1000元及以上可再得20元立减金和20元话费券。”目前，中国银行某分行推出个人养老金业务办理优惠活动。

华夏银行某分行日前也推出个人养老金优惠活动。客户成功开户、缴存享多重好礼，参

加抽奖最高可获776元微信立减金。仅开户环节，客户首次开通个人养老金账户就可以最高随机获得388元微信立减金。

在商业银行的大力推广下，投资者对个人养老金的投资热情也有所提升。一位北京的投资者表示：“制度启动当天就开户了，就当是强制自己存养老钱了，还能每年减免一部分税费。”北京的投资者李先生也表示，最近金融机构活动很多，银行和券商都有个人养老金开户红包奖励，就成立了账户。

目前，个人养老金制度落地接近一个半月，开端总体良好。数据显示，2022年11月25日个人养老金制度启动实施当日，个人养老金开户人数达110万，截至12月25日开户人数已超过1700万。

建议优化信息系统建设

目前仍有不少投资者尚未开通个人养老金账户，对养老财富规划缺乏重视。此外，已开

立账户的投资者，结合自己的投资体验，也对银行提出一些建议。

“已经在某银行开立个人养老金资金账户，但进入页面后发现不能购买心仪的养老基金产品。”一位重庆的投资者刘先生表示，自己向开户行提出变更申请，也建议商业银行丰富个人养老金产品。

另外，刘先生建议银行优化信息系统建设。刘先生表示，自己在申请变更开户行时，发现想转入的银行信息系统不支持从他行转入。中国证券报记者日前以投资者身份走访北京地区银行网点发现，部分银行人员对开立、变更、撤销账户等系统程序缺乏了解。

对于个人养老金新业务，商业银行也应加强内部培训工作。记者调研发现，当投资者提出变更开户行的申请时，部分银行员工可能出于对流失客户的担忧，拒绝投资者的要求。但根据规定，商业银行应当为参加人提供资金账户变更服务，并做好新旧账户衔接和旧账户注销。

激发个人参与积极性

目前，如何进一步激发投资者参与个人养老金制度的积极性，推动个人养老金客户规模增长是摆在个人养老金试点机构面前的重要命题。

“中青年人群更适合提早开立养老金账户和进行养老金融规划，相当一部分客群具有这方面的潜在配置需求，也有相应的资金实力，需要银行予以引导和服务。特别是对此类客群相对密集的场景和行业，银行可以设置重点方案，进行批量推广和存量客户转介。”中南财经政法大学数字经济研究院高级研究员金天说。

同时，部分银行员工为完成推广指标，“自掏腰包”邀请客户开户。还有部分员工急于完成指标，未向投资者提示投资风险，引发投资者的不满情绪。针对类似情形，金天提醒，商业银行要严守合规底线，加强客户关系管理、舆情管控等工作。

积极培养专业人才

值得注意的是，日前，《中华人民共和国公司法（修订草案）（二次审议稿）》公开征求意见，其中明确公司可以在董事任职期间为董事因执行公司职务承担的赔偿责任投保责任保险。业内人士认为，董责险这一市场大有可为，未来随着全面注册制的稳步落地，我国上市公司投保董责险的数量或呈现大幅度增长。

从保费空间来看，据光大证券非银团队测算，我国董责险若能在2030年达到85%的覆盖率水平，则2021年至2030年董责险保费共计可收入76.2亿元。

不过，董责险市场的发展仍面临不少挑战。

“在我们对险企的调研中，受访对象认为，缺乏专业人才及上市公司投保意愿不强是影响A股董责险发展和拖累费率水平的主要因素；此外，保单条款复杂晦涩、市场承保能力不足也是制约董责险发展的原因。”王民称。

《报告》提出，为推动董责险的健康发展以发挥其积极作用，除需要继续加强上市公司风险管理意识之外，培养董责险专业人才是关键条件之一，这是解决董责险的销售、承保与理赔难题的基础。

王民建议，保险机构需要培养专业的核保和理赔队伍。董责险是一个非常复杂的险种，需要具有复合型教育背景的人才来做核保和理赔。

激发消费潜力

银行信用卡花式促销抢滩“春节档”

● 本报记者 陈露 见习记者 吴杨

随着春节消费旺季即将到来，各家银行“各显本领”，开启营销大战。多家银行与线下商家、消费平台合作，推出多重优惠活动抢占信用卡支付市场。业内人士认为，银行信用卡是促消费的关键手段之一，银行开展信用卡营销活动，有助于通过节假日促消费、增进消费需求。

优惠活动不断

“看到银行在春节期间推出这么多信用卡满减活动，我有了办理信用卡的想法，这也太划算了。”刚毕业在北京工作的小吴说。

春节一直是各家银行信用卡展开促销大战的重要时点，今年也不例外。目前已有工商银行、农业银行、中国银行、平安银行、浦发银行、江苏银行等推出信用卡优惠活动。

与往年相比，2023年的春节促销中，银行信用卡聚焦吃喝玩乐领域，联合商户、消费平台推出随机立减、满消费立减等优惠活动。例如建设银行四川省分行推出信用卡支付福利，凡在SKP商场购物、龙卡汽车信用卡、家庭挚爱信用卡、尊享白金信用卡及以上等级信用卡绑定微信支付，可享满3000元减300元的折扣优惠（最高立减300元）。

在休闲文娱方面，部分银行推出观影、购物等福利活动。比如，工商银行在1月1日至2月10日期间，推出猫眼爱购5折观影活动，最高可立减30元；民生银行联合猫眼电影推出满30元立减10元活动，联合中信书店推出满100元立减20元活动。

拓展消费场景

银行信用卡整合线上线下多场景全渠道

进行营销，不仅触及线下各种消费场景，亦通过线上积分转换、联合线上APP等推出线上畅享信用卡小福利。

不少银行和电商平台、支付平台进行合作，发力线上消费。比如，建设银行北京分行推出“1元购25元微信立减金”活动；工商银行信用卡推出淘宝天猫满50元立减5元活动。

也有部分银行针对特定群体推出专属信用卡产品，对信用卡支付优惠的场景进行扩围。比如，广发银行推出95后专属卡产品——广发有鱼卡上线潮系列信用卡。该卡卡面设计上注入“元宇宙”概念，并在潮流消费场景兑现权益基础上新增音乐、阅读、健身、游戏四大任选权益包，融入95后生活全场景坐标。消费者在得物、抖音、美团、麦当劳、喜茶、星巴克消费可获10%返现，通过微信、支付宝、云闪付消费可获最高1%返现。

发挥消费金融支持作用

业内人士表示，银行信用卡业务作为我国消费金融“主力军”，是促消费的重要手段，进入传统消费旺季之后，银行开展各项信用卡营销活动，有利于通过节假日促消费，扩大消费需求。

工银亚洲东南亚研究中心报告指出，当前商业银行是中国消费金融市场最主要的供给者，消费金融贷款和信用卡分期是主要的消费信贷业务模式。

上述报告认为，为满足更广泛群体对更便利消费金融服务的需求，商业银行需要持续加强产品服务创新、场景渠道创新、技术创新，提供覆盖城乡、渗透全场景、差异化、品质化的消费金融服务，更大力度发挥消费金融支持作用。