

随着年中揽储季的到来

银行“抢钱战”提前打响



最近一段时间，银行理财产品的收益率一直处于一个“不上不下”的水平，随着年中揽储季的到来，银行“抢钱战”提前开打，高收益率的银行理财产品不断涌现。业内人士建议此时选择期限较长的理财产品，不失为一种明智选择。

■ 记者 邹传科

“抢钱大战”提前打响

与4月份以及上周的理财产品相比，本周合肥发行的理财产品的收益率

明显走高，短期长期理财产品预期年化收益率普遍上涨。

记者身边的一些投资者也反映，接到理财产品发售短信，不仅所承诺的预期收益诱人，且产品到期日多在7月上旬，这不禁让人联想到去年钱荒时期银行通过发行高收益理财产品的“抢钱战”。而除了收益率走高外，记者注意到，较之“宝宝”类产品的流动性，部分银行理财产品配置期限反而增长，不再局限于到6月30日的年中考核节点，不少银行理财产品的期限在一年及以上。

“尽管还不好说今年能否再现‘钱

荒’一幕，但可以肯定6月底银行资金面仍不容乐观。”一家股份制银行负责人对记者表示，考虑到半年考核等因素，银行通过发行理财产品的“抢钱大战”已经提前打响。

当前不妨继续持币观望

不过，相比去年“钱荒”前的银行理财产品动辄6%、7%的收益率水平，今年银行间比拼的收益率并不高。银率网数据显示，合肥本周发行的涵盖6月底的理财产品收益率分别为6%、5%出头，与平日相比波澜不惊。而来自普益财富的数据显示，上周发行的1个月至3个月(含)期理财产品平均预期收益率为5.10%；3个月至6个月(含)期理财产品平均预期收益率为5.33%。

对于热衷于购买银行理财产品的投资人而言，业内人士建议，当前不妨继续持币观望，随着6月底年终考核的临近，商业银行理财产品收益率有望短期走高，届时选择期限较长的理财产品，不失为一种明智选择。“根据风险承受能力等级选择相匹配风险等级的理财产品，风险承受能力较低的投资者应只可选择固定收益类产品，而风险承受能力较高的投资者才可配置一定比例的结构性等非固定收益类产品。”诺亚财富合肥分公司理财师彭伟建议。

中国人寿保险：学院学生获品牌策划大奖

近日，中国人寿保险学院保险系2012级学生在2014年全国高校商业精英挑战赛品牌策划竞赛暨第三届两岸三地大学生品牌策划大赛大陆地区总决赛斩获大奖。此次比赛由来自本科学院和高职高专院校的49支队伍同台竞技，比赛分为作品展示和现场答辩两个环节。最终2012级讲师组训2班余晓曼设计的中国风都旅游品牌推广策划和孔伶俐设计的唐人福无糖食品营销策划方案分获二等奖和三等奖，保险学院获最佳院校组织奖。据了解，该项赛事由国务院下属的中国国际商会、中国国际贸易促进委员会共同举办。

杨轶 邹传科

兴业银行：进军留学金融市场

5月20日下午，兴业银行在北京分别与中国教育国际交流协会以及中教国际教育交流中心等四家知名留学机构举行寰宇人生“留学金融”战略合作协议签约仪式。这标志着跻身世界500强企业的兴业银行吹响了进军留学金融市场的号角。

据悉，兴业银行将与中国教育国际交流协会共同调研境外学校情况，并发布境外学校指数，年内还将与中教国际教育交流中心等四机构携手在国内举办1000场留学沙龙。同时，兴业银行宣布推出“寰宇人生”留学金融综合服务方案，该方案以便捷无抵押的个人留学贷款为核心。邹传科

新华保险与中国电信举行战略签约仪式



5月16日，新华人寿保险股份有限公司与中国电信股份有限公司的移动互联网保险合作项目在北京举行了签约仪式。新华保险董事长兼CEO康典、中国电信董事长王晓初出席本次活动，并签署了《中国电信股份有限公司与新华人寿保险股份有限公司移动互联网保险业务合作框架协议》。

据工信部2014年1月份通信业经

济运行情况发布的数据显示，中国移动互联网用户总数达到8.38亿户，在移动电话用户中的渗透率达到67.8%；户均移动互联网接入流量达到165.1M，其中手机上网流量占比提升至80.8%，月户均手机上网流量达到139.3M。如何借助互联网技术，为数量庞大的互联网用户群体，尤其是移动终端用户提供方便快捷的全方位金融保险服务，打造极致客户体验，成为了中国电信和新华保险在业务创新领域共同的课题。

中国电信集团公司是我国特大型国有通信企业。新华保险位列中国寿险

行业三甲。自2011年来，新华保险坚持“以客户为中心”的战略转型，打造全生命周期的客户服务体系，并于2014年首度入围福布斯全球企业500强。

作为落实战略合作的关键举措，2013年中国电信全力配合新华保险“天翼e保通”项目的推广，实现了覆盖全国2万名代理人的工作目标。此次双方进行战略签约，力图利用双方的战略资源优势，进一步实现金融保险服务与移动互联网的深度融合，为客户提供前所未有的互联网金融服务体验。此次跨界合作标志着双方携手进军互联网金融迈出了更加坚实的一步。邹传科

“宝宝军团”竞相破5，互联网保险理财产品收益仍高

弃“宝”投“险”值得吗？

随着市场资金面越来越宽松，互联网宝宝收益率开始了奔四节奏，银行理财产品收益率开始反攻，而一些互联网保险理财产品的收益率也开始凸显。尽管保险理财产品有投资范围广、收益率较高等有利条件，但业内人士建议投资者在选购时，不应受诱惑。

■ 记者 邹传科

互联网理财产品收益下滑

自互联网“宝宝”类理财产品年化收益率跌破5之后仍有下滑趋势。5月21日，记者从中国电子银行网获悉，当日各类互联网理财产品七日年化收益

涨少跌多；在银行类互联网理财产品中，收益率全线下跌。银行类的互联网理财产品年化收益率面临全面破5的境地。在所有的互联网类理财产品中，收益率排名前三位的分别是：苏宁零钱宝、微信理财通和阿里巴巴的余额宝，收益率依次为：4.9460%、4.8700%和4.8680%。在所有的银行类理财产品中，收益率排名前三位的依次是：兴业银行的掌柜钱包、广州农商行的至尊宝和中国银行的活期宝，收益率分别为：5.4290%、5.2570%和5.0780%。

业内人士建议谨慎理财避免跟风

与互联网理财产品收益率相比，保险理财市场却在最近一直呈现良好的

势头。中保协日前发布的统计数据显示，2011年至2013年国内经营互联网保险业务的公司从28家上升到60家，年均增长达46%。可见互联网保险理财产品对未来发展正在“跃跃欲试”。

业内人士则表示，现今互联网保险理财产品虽然打着互联网保险的旗号，但产品内容依然是原有内容，对接的无外乎是意外险等，只是玩法变了。“保险产品功能的最终定位应该在保障上，那些创新个性化的、强调“高收益”的保险理财产品，或有拼“噱头”的嫌疑，投资者在购买时应从自身需求出发，避免盲目跟风购买。”在中国人寿安徽分公司杨轶看来，保险理财产品流动性差、且收益缩水可能性大，并非投资佳选。

邮储银行马鞍山市分行：探索小微金融集群式服务

近日，邮储银行马鞍山市分行先后应邀参加全市畜牧产业发展联盟养鸡分盟成立大会以及蔬菜瓜果产业联盟成立大会，深入专业市场与业内数十家企业面对面交流，探索集群式开发，实现与企业互利共赢。据了解，全省各级邮储银行近年来一直积极主动与政府、工商、税务等进行联系沟通，始终将农民工、社区居民、小企业主等“小微客户”作为支持实体经济和推动自身转型的突破口，将两“小”业务作为长期、核心的战略业务，加快小微金融产品创新，搭建综合金融服务平台，有效满足了小微企业对资金需求“短、小、频、急”的特点。邹传科 王亚萍

近期银行理财产品推荐

中信银行：中信理财之共赢系列；起购金额：5万元；投资期限：371日；预期最高收益率：6.2%；收益类型：非保本浮动；销售日期：5月21日~5月27日。

徽商银行：智慧理财“创赢”组合投资类；起购金额：10万元；投资期限：365日；预期最高收益率：6.0%；收益类型：非保本浮动；销售日期：5月21日~5月26日。

浦发银行：个人专项理财产品2014年第280期同享盈计划；起购金额：5万元；投资期限：91日；预期最高收益率：5.45%；收益类型：非保本浮动；销售日期：5月20日~5月26日。邹传科/整理