

“季末效应”正逐渐显现，下旬仍会有小高峰 买理财产品 可以再等等

进入九月，刚送走中秋节和教师节，马上又迎来国庆……节日接踵而至，银行理财也开始“喜气洋洋”，伴着节日推出一波又一波的专属理财产品，而预期收益率超过5%的理财产品更是遍地都是。业内分析，“季末效应”正逐渐显现，买理财产品可以再等等。

■ 记者 邹传科

预期收益率普遍超5%

记者走访省城多家银行发现，理财产品近期出现回暖迹象，省城商行和股份制银行发行的理财产品中，预期收益率超过5%的理财产品遍地都是。而国有大行理财产品收益率仍普遍很低，短期理财产品收益率保持在4%~5%，只有中长期理财产品收益率达到5%以上。

此外，近期多家银行发售了节日专属理财，预期收益率也颇为抢眼，以省城合肥民生银行的电子银行迎国庆专属理财产品为例，投资期限以中短期为主，36~180天，预期收益率为5.4%~5.45%不等。业内分析认为，以目前的

理财产品市场状况，投资者较为容易购买到的是预期收益率为5.5%左右的理财产品。

银率网分析师认为，尽管银行理财产品的收益持续下滑，但月末效应、季末效应依然存在，一般上半月发售的理财产品平均预期收益率相对较低，但本月临近季末、又逢双节（中秋节、教师节），银行理财产品的平均预期收益率有企稳回升之势。

下旬仍会有小高峰

可以看出，由于央行近期的货币政策未有方向性调整，市场流动性保持相对宽松状态，因此本轮资金利率上浮总体幅度有限。但是，“季末效应”的影响力正逐渐显现。

“随着第三季度走向完结，在考核压力之下，以及十一前夕取现需求较大的现实状况下，各大银行在9月份的下半月仍会面临一定的资金压力。”中信银行胜利路支行理财师方莹莹分析，十一长假前，银行理财市场仍然会持续提升其揽储的力度，此举也将直接推动银行理财产品在9月下旬迎来一波小高峰

——无论发行量，还是预期收益率，预计都会有所提升。

此外，银行理财经理建议投资者，如果手上有闲钱，不妨做投资期限为三个月或四个月的银行理财产品。一方面，与投资期在20天、30天、45天之类的短期理财产品相比，此类理财产品的收益率相对较高，也是本轮理财产品热衷高收益率类产品相对集中的类型；另一方面，三个月、四个月到期后，也更容易与元旦、春节前的高收益率理财行情及时衔接。

阅读延伸

金价五连跌有人弃金炒股

上周，国际金价出现了五连阴，以1235点收盘，创了半年以来的新低。在此基础上，刚刚调低的国内金价下周很可能再次调整。记者了解到，恰逢金九银十，黄金首饰销售并未受到影响，但金银币、投资金条、纸黄金等投资种类却惨遭滑铁卢。而有人看到股市红火，卖掉了一直持有的黄金产品，转投了股市。

新华保险开展 失效保单清理活动

为切实提升保险消费者合法权益，新华保险从2014年8月至2015年7月，将对1999年6月10日以后签发生效、截至2014年6月30日24时状态仍处于失效状态、所有缴费期为一年以上的人身保险失效保单，集中开展失效保单清理活动，通过电话回访、上门面访等举措主动寻找保单失效的客户，确保客户了解自己的保单权益，及时让保单“复活”，恢复客户保障。

申请保单复效时，保险公司需要客户提供投保人身份证明原件（如委托代办可提供复印件）、户名为投保人的银行存折复印件、受托人身份证明原件（如委托他人代办）以及保险公司指定填写的其他资料。客户可到保险公司的服务柜台办理，也可由代理人代为办理。

保险合同需要保险公司和客户双方共同维护，因此，对于各类长期保障责任的保单，客户需要经常检视，当个人信息变更或忘记保单缴费日时，一定要及时与保险公司取得联系，避免保单失效。此外，在保单缴费日前，客户需要保证银行账户余额充足，避免扣费不成功导致的保单失效。

邹传科

中国银联：重阳感恩季用“芯”来孝亲

9月16日，中国银联正式宣布，在即将到来的国庆假日前后，将启动首次全国范围的银联金融IC卡重阳感恩季回馈活动，系列文化活动及用卡优惠精彩纷呈，让您陪伴家人过一个暖暖的银联感恩季。

此次活动将从9月27日开始持续一周至10月2日重阳节，期间银联携手各

家商业银行与1000多家合作商户，为持卡人带来“好戏连台”、“欢乐聚餐”、“孝敬长辈”三大主题活动。届时，用银联卡（卡号62开头）消费可享6.2元看电影、赏戏曲、6.2折享美食，以及购物满额立减等多重优惠礼遇。同时，金融IC卡作为此次活动的最大亮点之一，持卡人还将享受“折上折”特别优惠。

邹传科

“宝宝军团”将持续降温

近期“宝宝类”理财产品的收益率一直处于下滑趋势，在线金融搜索平台“融360”日前发布报告预测其在不久的将来将跌至4%临界点，最终回落至3~4%区间，加之银行存款利率可能上浮，“宝宝类”理财产品在收益率上的竞争优势将不复存在。

■ 记者 邹传科

“宝宝”的热度或持续降温

在线金融搜索平台“融360”日前首发针对互联网理财市场的半年度报告指出，宝宝的热度或将持续降温。

记者查阅发现，9月15日，余额宝类理财产品每万份收益大增，共有9只理财宝当日收益超1.6元，其中广发钱袋子达到1.9436元，5只理财宝类产品收益率

收益预计将进一步下滑

在对58个宝类互联网余额宝理财产品进行持续监测和分析后，“融360”指出，近期“宝宝类”（余额宝之类）理财产品的收益率一直处于下滑趋势，预计最终将回落至3~4%区间，加之银行存款利率可能上浮，“宝宝类”理财产品在收益率的竞争优势将不复存在。

重回5字头。不过，这样的短暂繁荣并无法掩饰整体颓势。作为互联网宝宝的领衔者，目前余额宝近一个月的年化收益率仅为4.15%。而整体看来，互联网理财宝类产品平均7日年化收益率为4.63%，银行版宝类产品的平均7日年化收益率为4.27%。

同时，“融360”指出，“宝宝类”产品挂钩的货币基金，主要投资银行大额协议存款，上半年央行定向降准，资金面不再出现紧张，协议存款利率同比大幅下滑。若未来监管层取消货币基金协议存款提前支取不罚息的优惠措施，“宝宝类”产品收益预计将进一步下滑。

金融快讯

交通银行：

服务提升评选活动正进行

今年4月份，交通银行正式启动了“我的微笑 真心相伴”服务提升评选活动，9月1日至10月31日为大众评选阶段。该行希望借助本次评选活动，让更多的客户走进交行网点，感受员工的微笑和温馨的服务，并为交行服务提升建言献策。欢迎广大客户踊跃参与！

投票时间为：9月1日至10月31日。投票方式有两种：一是网络投票，网址为：<http://ah.sina.com.cn/zt/bankcomm/index.shtml>。二是前往交通银行各网点填写纸质选票。

邹传科

中信银行：

香卡亲子理财大赛喜获奖

近日，由《经济观察报》和香港管理专业协会共同举办的“2013~2014年度中国杰出营销奖颁奖典礼”在北京举行，中信银行香卡“小小理财星妈妈大梦想”亲子理财活动赢得专家评委的认可，在90余个人入围案例中脱颖而出，最终荣获“2013~2014年度中国杰出营销奖”。

亲子理财大赛是中信银行香卡5周年重点市场活动，活动在全国40个城市开展，为家长和孩子提供系统化财商教育培训的机会以及展示家庭财富管理、亲子财商互动的舞台。“中国杰出营销奖”评选活动自2003年举办至今，已经成功举办了11届，由中国营销界最具权威的理论和实战专家对各参选的市场营销案例进行评审，此次获奖是对中信银行香卡品牌形象的认可。

邹传科

中国建设银行：

为房屋交易资金安全护航

房屋作为百姓生活必需品和最重要的资产之一，其交易的合法性、安全性一直受到社会各界的广泛关注。尤其在二手房交易过程中，买卖双方委托房屋中介机构代收付交易资金，给一些不规范的中介机构以挪用之机，侵害了买卖双方的利益。针对这一现状，建设银行率先推出专业的房屋交易资金托管业务——“房易安”，为房屋买卖双方、政府房地产监管机构和房屋经纪机构等提供安全、方便的资金管理渠道。为给客户提供更加方便快捷的托管服务，建设银行“房易安”不断拓展服务范围、完善产品功能、升级系统技术，使客户可以更加安全地交易房产，更加简便地获取住房贷款，同时也可以减轻担保费等费用支出。

邹传科

安徽民盛保险代理有限公司 迎五周年庆

9月11日下午15:00，合肥稻香楼宾馆东楼嘉宾云集，安徽民盛保险代理有限公司成立五周年庆典在此隆重举行，约400人出席了当日庆典活动。

据了解，安徽民盛保险代理有限公司成立于2009年9月12日，是由中国保险监督管理委员会批准成立的一家综合性专业保险代理公司，总部设在合肥。公司自成立之日起就树立了以寿险为核心业务的经营思路，历经3年的探索，打造出了具有自身特色的“分部经营”模式；经历近2年的发展，2014年寿险标准保费规模将突破1300万元，2015年寿险标保有望迈上3000万元业务平台。2014年8月12日，安徽民盛保险代理有限公司成为安徽保险中介市场唯一一家中国保险行业协会会员单位。

邹传科

