



理财市场“中考成绩”看过来

□ 记者 邹传科

随着6月的终结,上半年也正式画上句号。半年来,投资者普遍接触较多的理财工具:银行理财产品、黄金、国债、互联网宝宝、P2P、万能险在上半年也经历了一轮重新洗牌,有的渐渐失宠,有的重获追捧,也有的意外走红。

这些失宠了

在央行几次降息过后,银行理财产品和互联网宝宝显然已经不再那么有吸引力了。正是得益于此,一度因超高收益吸引来资金的P2P经历了一轮野蛮生长,只不过在平台跑路骤增、监管趋严的背景下,老百姓对P2P的态度也开始转变。

这些火爆了

2016年上半年的金融市场变幻莫测,美国加息政策影响,英国“脱欧”突然释放“黑天鹅”,“避险”成了理财的重要主题。其中,最明显的还要属黄金和国债。

银行理财产品 收益破“4”

自去年初以来,银行理财产品的收益率就逐月走低,有数据显示,去年银行理财产品平均预期收益率从1月底的5.25%降至11月底的4.34%。尽管如此,去年平均预期收益率对比一年期存款基准利率的下降幅度,总体表现依然较好。

没想到,到了2016年,银行理财产品再创新低,年化收益超4%的产品已经很难得了。

数据显示,今年年初,银行理财产品平均收益率为4.12%,3月份的平均预期收益率直接破“4”,低至3.89%,而到了6月份,银行理财产品的平均预期收益率为

3.78%,预期收益较5月降低0.04个百分点,再创新高。

银行理财产品收益率持续下行,已经成为不争的事实,在可预测到的一定区间内,还将保持下行。专业人士分析认为,适度的货币政策,持续走低的利率水平和优质资产缺乏是银行理财收益持续下降的主要影响因素,但是综合考虑收益和风险因素,银行理财相比市场上大部分固定收益产品依然是目前投资者较为理想的稳健投资方式。

点评:作为防守的重要方式,购买银行理财产品仍是理财配置的好选择。

黄金创1985年以来最大半年涨幅

作为避险产品的黄金,猴年不愧是“王者归来”。数据显示,到上半年,国际金价累计涨幅达25%,是1985年以来的最大半年涨幅,领跑各大类资产价格的表现。

数据显示,到7月1日收盘,纽约市场金价收报每盎司1339美元,是2014年3月份以来的新高,较前一周收盘价上涨1.9%,连续第5周上涨收红。

点评:受“脱欧”最终仍存不确定的因素影响,黄金的避险作用还会持续发酵,但考虑到近期黄金涨幅已经较大,投资者仍需谨慎出手。

国债十几分钟就售罄成常态

伴随着去年的5次连续降息,曾被冷落的国债在今年格外受宠。今年3月份,第一期储蓄凭证式国债发行。各地不少银行网点开门不到半小时,其国债配额就被抢购一空。据了解,今年3月、5月、9月和11月都有凭证式储蓄国债发行,投资者必须到银行网点购买,到期一次性还本付息,而4月、6月至8月和10月,则有电子式储蓄国债发行,后者可以通过网上银行购买,每年付息一次。

点评:国债主要面向的还是风险承受能力低的中老年投资者,虽然收益较银行定存存优势,但周期太长,不适合资金周转需求大的投资者。

宝宝类产品 进入“2”时代

2013年6月,余额宝面市,其低门槛、高收益、简单化的操作让“傻瓜理财”一度风靡,并激发了市场上各种宝宝类产品的出现。而互联网宝宝类产品在经过了一段爆发式增长的快速扩张以后,逐渐步入稳定期。

数据显示,2015年,在宝宝类产品里最有代表性的余额宝在去年10月,收益率首次破“3”,此后,多个宝宝产品都进入

“2”时代。根据普益标准的统计,截止到2016年5月27日,互联网宝宝类产品的平均收益率为2.66%。

点评:宝宝产品对接的是货币基金,资金投入以银行存款及结算备付金为主,这就决定了其收益不可能太高。但作为余额宝理财,又有较好的流动性,比起把钱放在存折里“睡觉”,至少能多点收益。

这些意外红了

随着银行理财收益不断下滑,银行代销的保险理财产品上半年却意外走俏。此外,纪念币近年也大受欢迎。

P2P平台上半年减少近250家

7月4日,网贷之家发布半年报显示,2016年上半年,累计停业及问题P2P网贷平台数量为515家,其中停业、转型等良性退出的共有246家,跑路、提现困难、经债介入等恶性退出的共有268家。数据也显示,安徽63家正常运营的平台网贷成交量达到10.15亿,位于中部第二位。虽然存在3家

有问题的平台公司,但总体运营健康。

随着监管趋紧,P2P问题平台加速暴露,“P2P实际上干的就是银行的事儿,但是过去进入该行业却没有任何门槛!”省城一家P2P公司的负责人告诉记者,随着问题平台继续浮现,未来监管肯定会越来越严,更多的平台会出局,最终剩下的将是少数,整个行业开始走上健康的发展道路。

点评:对待P2P不能一棍子打死,会有一些资质好的平台可以存活下来,投资者应该理性看待收益,将首要的精力放在对平台的甄别上。

保险理财 靠万能险撑起“半边天”

不低的收益率,刚性兑付,高收益的万能险产品不仅理财经理推销起来轻松,客户也愿意买。省城合肥某股份行一理财经理曾透露,该行代销的一款年化收益5.1%的万能险产品,一面世就被秒杀。据统计,今年前5月,寿险公司万能险保费为7596.3亿元,占总规模保费的比例为37.3%。

另一方面,年初发行的首批猴年生肖币受到了市民的追捧,兑换现场更是大排长龙,6月份的预约名额更是一个晚上就全部约光。

点评:万能险的投向业内颇有争议,从去年以来,保险资金举牌上市公司的案例便层出不穷,但险资炒股就不怕风险吗?而猴币的发行量较此前的生肖纪念币猛增,升值空间不大。

