



# 银行理财——2022年财富管理的必选项



进入2022年,资管新规过渡期基本结束。在家庭资产配置逐步由房地产向金融资产转移的大趋势下,财富管理将迎来“黄金时代”正成为业内共识,各类金融机构都在积极布局财富管理业务。

在资管市场占有重要地位的银行理财产品正式宣告进入“净值化元年”。在过渡期内银行保本型理财产品占比逐步下降,净值型理财产品占比不断提升,但“真净值”转型仍有较长一段路要走。而投资者在选择银行理财产品时也要事先做好相关功课,培养风险自担的意识。

潘翔宇 整理

## “固收+”理念的兴起

随着资管新规过渡期结束和净值化转型接近尾声,银行理财市场呈现出长期产品占比提升、“固收+”理念兴起的趋势。

“固收+”是一种投资策略,由两个部分组成,包含“固收”和“+”两类投资策略,“固收”的部分占比70%,就是固定收益的部分,保证收益的稳定性,主要是投资于债券等收益稳定,风险系数比较低的投资品种,“+”的部分占比30%,主要用来提高收益,投资于风险系数相对较高的权益类的资产比如股票。采用“固收+”这样的组合,在平衡风险的前提下博取收益,由于其兼顾收益和风险的特性,受到很多机构和投资者的喜欢,市面上的“固收+”产品也越来越多。

2021年,资管新规过渡期顺利结束。普益标准数据显示,截至2021年底,全国银行理财市场净值产品存续量为40356款,环比增加1388款。从净值转型程度指数表现来看,全国净值转型程度指数为45.76点,较上年同期上升24.88点。

在2018年资管新规出台以后,1年期以上理财产品存续数量占比逐步提高。截至2021年12月,1年期以上理财产品存续数量占比达16.93%,同比提高8.3个百分点,增长势头强劲。

此外,由于我国基准利率处在较低水平,传统以固收资产为主要配置对象的理财产品对投资者的吸引力不断下降,寻找高收益资产成为摆在稳健投资者面前的难题,而“固收+”产品正在不断承接投资需求,成为低风险偏好资金的布局重点。在此背景下,“固收+”理念在我国逐步兴起,“固收+”产品也获得了广泛关注。

数据显示,2020年以来,各类型银行的“固收+”产品数量均保持快速增长。截至2021年三季度,“固收+”产品的存续数量共有19191款。其中,大型银行有87款,股份制商业银行有2853款,城市商业银行有8016款。

## “真净值”或现收益较大波动

回顾2021年仍处于资管新规过渡期,银行理财产品仍在转为净值型过程中,且不同投资类型产品收益差别较大,净值更新频率也有所偏差。

据融360数字科技研究院监测数据显示,2021年四季度银行及理财公司净值型理财产品发行数量为7932只,环比下降5.06%,同比增长20.84%。整体来看净值型产品发行量仍然呈增长趋势,随着资管新规过渡期结束,预期收益型产品退出,2022年净值型产品发行数量可能会继续增长,但增幅会放缓。

据融360数字科技研究院统计,2021年四季度发行的封闭式净值型理财产品平均期限为305天,较三季度增长13天。其中,理财公司封闭式净值型产品平均期限为448天,要明显长于传统银行发行的净值型产品。

根据融360数字科技研究院监测的数据显示,2021年四季度理财公司发行的人民币净值型理财产品平均业绩比较基准为4.18%,环比下降5BP。从全年来看,理财公司产品平均业绩比较基准呈小幅下降趋势。

实际上,此前已有银行理财产品净值阶段性下跌,甚至跌破初始净值的情况。根据零售金融新视角监测的数据,截至2021年12月末,理财公司有5240只人民币非现金管理类产品披露净值数据,其中37只产品累计净值低于1,占比0.71%;四季度首尾均披露净值的产品3315只,期间净值下跌的产品103只,占比2%。截至2021年11月末,银行保险机构资管产品直接配置到实体经济的资金近40万亿元,约占同期社会融资规模存量的13%。

## 加强投资者教育

银行理财产品全面净值化大幕已拉开,加强投资者教育已成为银行理财未来发展的关键所在。贝塔研究院认为,投资者要意识到“刚性兑付”已被打破,银行理财产品不再保本保收益,当然理财产品向净值化转型并不代表产品风险提升,只不过估值方式的改变导致产品由刚兑转向浮动收益。告别“保本保息”迎来“自负盈亏”,要求投资人更加仔细地评估个人的资产状况和风险承受能力。

由于投资者目前对于封闭式净值型产品的接受度仍不高,还需要时间转变投资观念,因此预计净值型理财产品短期内重点仍将放在开放式产品上面,资产配置将侧重于流动性较强的资产,投资者也更青睐期限短、风险低的产品,这对流动性和安全性管理提出了要求。

投资者在2022年避免进行单一投资,避免通过单一银行进行银行理财投资,可将资金分散至不同银行的不同产品中,避免银行理财在净值化元年出现较大波动。展望未来银行理财市场走向,短期内流动性与安全性更受关注,长期来看高收益水平依然具有较强吸引力。

## 中国人寿安徽省分公司开展星级客户权益认证活动

近期,第十六届亚洲金融年会保险论坛在北京成功举办,中国人寿保险股份有限公司荣获“2021年度亚洲最佳寿险公司”大奖。本次获奖不仅是业界对中国人寿多年来工作的肯定与鼓励,也是广大客户对中国人寿品牌的支持与认可。

## 践行央企担当,助力国家发展大局

长期以来,中国人寿始终坚持初心使命,服务国家重大战略,提高服务实体经济质效,践行服务经济社会发展和保障国计民生的社会责任。截至2021年末,中国人寿合并总资产超过5.7万亿元,合并营业收入超过1万亿元(以上不含广发银行)。直接投资规模近3.5万亿元,其中,在服务京津冀协同发展、粤港澳大湾区建设,东北振兴、雄安新区建设等重点领域投资规模2.44万亿元。

## 感恩客户支持,开展星级权益认证

为感谢新老客户的支持与厚爱,中国人寿安徽省分公司开展“星级礼遇 全鑫认证”星级客户权益认证活动,形成涵盖健康类、关怀类、活动类、礼遇类等综合服务体系,致力于为追求品质的星级客户搭建多维度服务平台,提供优质客户服务。本次活动认证成功星级客户,在享受中国人寿寿险星级客户待遇的基础上,还将额外享受中国人寿财险、广发银行等集团成员单位的多项综合金融服务,获得多项专属增值权益。未来,中国人寿安徽省分公司将继续秉承“诚实守信、客户至上”的服务理念,为您搭建安全保障、健康关怀、尊享权益等多样化服务平台,保障千家万户的幸福生活。

中寿宣

## 邮储银行马鞍山市分行组织开展积雪清扫活动



2月6日,马鞍山市迎来了新年的第一场大雪,一夜之间,整个城市银装素裹。雪景虽美,但纷扬的大雪在道路上层层堆积,为邮储银行网点客户和行内员工的出行带来了极大的不便。

为畅通道路、保障安全,2月7日上午,在邮储银行马鞍山市分行党委办公室的号召下,行领导亲自带队,党员和行内青年志愿者组成“扫雪除冰突击队”,对市分行机关和营业部周边区域开展积雪清扫活动。

恶劣的天气并没有影响到大家清扫积雪的积极性,在市分行领导的带领下,突击队员们拿起铁锹和笤帚,齐心协力,分工明确,有的同志铲雪、有的同志铺草垫,干得热火朝天、不亦乐乎。短短的一个小时就将市分行机关大楼院内和营业部网点周边道路上的积雪积冰清扫干净,为前来办理业务的群众和出行职工开辟出了一条“暖心通道”。

在此次活动中,邮储银行马鞍山市分行的“扫雪除冰突击队”以实际行动践行“我为群众办实事”,充分发挥了党员先锋模范作用,同时也展现了志愿者们互相帮助、无私奉献的服务精神。

曹雪芹