



利率低了, 保险火了, 该如何理财?

保险

理财

存款搬家

中新财经

2023年12月下旬,新一轮银行存款利率下调尘埃落定。这也是我国商业银行继6月、9月后,年内第三次调降存款挂牌利率。

这主要受存款利率市场化调整机制建立以及LPR持续下行等因素影响。业内人士认为,当前银行净息差持续收窄,银行有降低存款成本的需要。这有助于缓解银行负债端压力,同时也有助于居民储蓄转化为消费。

但对于广大储户来说,同样存在银行里的钱,能带来的利息收益少了,不免会有些不甘。不少人也开始寻找收益更高的理财工具,这就出现了所谓的“存款搬家”,也叫“挪储”现象。

存单变成保单,有保险产品受追捧

银行下调了存款利率,今年该怎么做资产配置?这可能是不少人最近在考虑的问题。

央行2023年12月公布的金融统计数据显示,截至11月底,我国人民币存款余额284.18万亿元,同比增长10.2%。同时,11月居民存款增加了9089亿元,而10月的居民存款则是减少了6369亿元。

分析认为,这表明尽管人民币存款余额仍在增长,但增速放缓,同时一定程度上说明了存款存在反复“搬家”的现象。所谓“存款搬家”,就是居民自发地把储蓄从银行取出,转而投资收益率较高的资产产品。包括把存款在不同银行间转移,或者投向投资市场、基金市场、保险行业等,实现利益最大化。

那么现在,哪些理财途径是最火的?中新财经记者咨询了几家国有及股份制银行的理财经理发现,以增额终身寿险、分红险为代表的储蓄型保险被重点推荐,此外还有以黄金积存业务为代表的黄金相关理财产品,和储蓄国债等理财工具等有一定热度。

“如果您现在想存钱或者理财,不管在哪家银行或保险机构,增额终身寿肯定都是最火的。”理财顾问郭森(化名)对记者介绍,夏天的时候,还有大额存单、特色存款等更丰富的产品选择,而现在产品种类相对集中。

保险≠存款,“搬家”需谨慎

收益稳健,终身保障又相对灵活,储蓄型保险产品看起来吸引力十足。但这真的是一款完美的理财产品吗?受访对象纷纷表示:还是要谨慎。

“虽然有些险种现在被视为理财工具,但它本质上还是个保险产品。”保险行业的资深从业人士宋先生对记者表示,保险带有稳健、长线投资的天然特性,收益测算、合同约定都较为复杂,想要实现高收益需要时间和心思。而且投保后前几年扣除的费用成本也比较高,导致前几年的现金价值比较低,如果突然想退保可能会遭受本金损失。

“现金价值就是咱们在退保时能拿到的钱,也可以用来提取、借款等等。”郭森也提到,“提前锁定收益”是增额终身寿险的核心特点,这点在刚推出时是劣势,所以卖得不太好;但在当前环境下,已成优势了。

她补充说,根据自己的经验,目前市面上热门的险种在前7~10年里,现金价值都比较低。“每一年的现金

“大额存单利率虽然也跟随普通存款下降,但收益还是相对高,青睐的人还是很多,所以往往要靠抢;特色理财产品,则是银行出于压降负债成本的考虑,许多已经关停了。”郭森介绍,终身寿也出现了不少变化,上半年3.5%的终身寿产品非常好卖,但已全面下架,目前只有3.0%预定利率产品和2.5%定价利率+分红产品,满足不同偏好的用户选择。

虽然预定利率下调,但行业对3.0%预定利率产品依然信心满满。“刚刚调低后的两三个月确实陷入低谷,但现在增额终身寿的咨询人数还是最高的,年金险对于有配置养老资金意愿的客户来说也有比较大的需求。”郭森说。

国泰君安发布的研报显示,银行再度下调存款利率,预计客户对于保险储蓄的需求将进一步提升,尤其在保险公司没有提前预收2024年开门红保费的情况下,预计降低存款利率将成为客户购买保险开门红产品的重要催化。

寿险的“元气恢复”已体现在数据上。根据国家金融监督管理总局数据,2023年11月人身险公司的寿险保费告别负增长,保费收入为1194.06亿元,从10月的同比下滑7.51%扭转为11月的同比增长0.36%。

价值都会写在保险合同里面,这才是真正能够拿到手的收益。大家一定要算明白自己在多少年之内肯定用不到这笔钱,按照这个阶段去对应现金价值更高的产品。”

“对于投资者来说,一定要平衡好风险和收益来综合配置资产,需要摒弃以往‘刚兑’的认识,正视投资理财的收益波动,意识到高收益必然伴随着高风险。”招联首席研究员董希淼建议:如果要追求稳健收益,可以在存款之外,适当配置保险产品、现金管理类理财产品以及储蓄国债等,通过多元化投资来分散风险,实现财富增值。

另一方面看,对于银行,尤其是中小银行来说,“存款搬家”更是极为严峻的挑战,不仅需要优化存款结构,还需要通过多元化的金融产品和服务来吸引和留住客户。业内人士看来,未来银行与非银行金融机构之间的合作与竞争将更加紧密和激烈,这也将迫使银行业加快业务创新和服务升级的步伐。

进入冬天后 信用卡也“遇冷”了吗?

近期,有关年轻人不愿用信用卡的话题上了热搜。信用卡业务一直是银行零售金融的重要阵地,在激发消费意愿、释放消费潜力、推动消费升级等方面发挥着重要助推作用,难道进入冬天后,信用卡也“遇冷”了吗?

北京市互联网金融行业协会党委书记兼会长许泽玮表示,信用卡吸引力变弱,主要受到互联网技术进步、市场环境变化等因素影响。随着移动支付的快速发展,不少年轻人已不再习惯随身携带现金和银行实物卡片。

虽然信用卡具有先垫付、后付款的优势,但是随着金融科技的发展,不少互联网平台APP也相继推出了一些类似信用卡功能的服务,对信用卡市场形成一定冲击。另外,线上消费场景增多,移动支付工具对信用卡的替代效应明显,加上移动支付工具没有年费、管理费等费用,使用灵活便捷,深受年轻用户欢迎。

除了支付方式的改变,信用卡“遇冷”也意味着部分年轻用户消费观念在转变。有数据显示,如今,35%的青年人不使用信贷消费,多数信贷消费比例在收入的20%以下,越来越多年轻人正试图通过关闭消费信贷的方式告别“超前消费”。

另外,服务质量下降、费率不透明等问题是信用卡被投诉的常见原因。比如,一些信用卡产品在推广时未充分披露相关费用,或在账单中出现不明确的收费项目,影响了年轻客群用卡体验,降低了用户黏性。

其实,信用卡“遇冷”并不代表信用卡赛道不受青睐。天眼查数据研究院高级分析师陈倬表示,信用卡在信用额度、分期付款等方面优势明显,持卡人不但可以享受特约商户的优惠,还可以有效累积个人信用,方便办理诸如信用贷款等业务。

数据显示,我国信用卡累计发卡量由2015年的4.32亿张增加至2023年二季度末的7.86亿张,授信总额由2015年的7.08万亿元增加到2023年二季度末的22.31万亿元,信用卡业务已经深深地渗透到人们现代消费生活中。

随着各家银行信用卡的发卡量、交易额等诸多指标增速普遍放缓,越来越多的信用卡业务也转向“降本增效”的发展模式。此前,多家银行发布公告称,从2024年起对旗下部分信用卡的权益活动作出调整,特别是不少商业银行在加大减费让利、提高用卡权益方面持续发力。

信用卡“遇冷”的同时也在倒逼商业银行进行存量信用卡业务改革,合理平衡留客与拓客的关系。中国银行研究院研究员杜阳表示,在监管趋严的背景下,信用卡业务亟需从“跑马圈地”的粗放发展阶段迈入专业精细的高质量发展阶段。整体来看,银行一方面要注重数字化建设、风险管理和品牌建设,不断扩大市场份额,开发更多潜在用户;另一方面要加强信用卡合规管理,保护金融消费者合法权益,提升品牌影响力和客户黏性。

“信用卡业务是较为成熟的消费金融模式,可以为持卡人提供可靠便利的消费金融服务,满足居民多元消费需求,进而夯实消费对经济复苏的基础性作用。”杜阳表示,我国商业银行持续加强在产品体系、服务能力、风险管理等方面的转型升级,推动信用卡业务快速发展,满足用户多元消费需求。 据《经济日报》

拟申领新闻记者证人员公示

根据国家新闻出版署通知及《新闻记者证管理办法》要求,因新闻采访工作需要,现将拟申领记者证名单进行公示:

张弘

公示期:1月11日-1月17日

监督电话:0551-62636366

市场星报社
2024年1月11日