

行业揭秘

银行理财经理更爱推销基金 提成仅次于卖保险

银行理财产品收益率陷入低谷

据记者实地走访了解到,近期银行发行的理财产品收益率呈现下降趋势,并且还可能持续一段时间。特别是国有大行发行的理财产品预期收益率大多只有4%,只有部分中小银行理财产品收益率维持在5%-6%。

在某总部位于北京的股份制银行网点,记者在理财产品信息单子上发现,该行原本一贯发行的预期收益率接近6%的产品大多已销声匿迹,目前最高的预期收益率仅略高于5%,而且期限长、认购金额起点高。

而另一家国有大行近期发行的理财产品的收益率更不尽如人意,在理财产品信息单上,收益率5%以上的只有一款产品,其余的理财产品预期收益率都在4%和4.5%之间徘徊。该行的理财经理表示,“最近我行发行的理财产品收益率普遍较低,年底收益率可能会高一些,目前建议购买债券型基金

金,有几只基金产品不错,我们已经观察很久。”

“理财经理最近经常向我推荐基金,并称其推荐的一款一年期的债券基金收益率可以达到10%以上,我今天特地过来咨询一下。”正在某银行网点询问基金购买事宜的王小姐告诉记者。该银行网点的一位理财经理称,基金是净值型产品,既不保证收益也不能保证本金,但是基本上没出过任何风险,目前来看,购买债券型基金比较合适,收益率既高又安全。

据银率网数据统计,上周,除了城市商业银行发行的理财产品数量和预期收益率有所回升外,其他银行都处于下降趋势。在发行数量上,城商行发行293款,较上期增加30款;股份制商业银行发行292款,较上期减少32款;国有控股银行发行137款,较上期减少5款;除城市商业银行的固定收益类人民币产品预期收益率呈现小幅回升,其余主体发行的该类产品价格均持续微降。



漫画 雷小露

相比于基金等代销产品,银行理财产品可以说是银行“自家的孩子”,但是“自家的孩子”并不一定总是占据优势,记者近日走访北京地区多家银行发现,部分理财经理更愿意推销基金产品。

业内人士揭秘称,“提成高才是部分理财经理偏爱推荐这类产品的重要原因”。

盲目信任银行招牌可能会造成风险敞口

业内人士称,在银行理财产品收益率持续下降的情况下,收益率有可能较高但风险也较高的基金产品更具有推荐的噱头。银行理财经理向客户推荐合适的产品是其工作的一部分,但力荐基金产品或许有更深层次的原因。

“一般而言,基金产品的提成是比较高的,特别是国有大行的客户经理。理财经理自然也愿意向客户优先推荐考核指标较高、佣金回报较多的基金,甚至为了赚取佣金,理财经理经常建议客户调整自己的投资计划。”一位股份制银行理财经理告诉记者。

据业内人士介绍,尽管不同的银行考核有差异,但整体而言,理财经理的考核很大程度上依赖于其产品的销售量,销售业绩大约可以占到工资比例的30%-50%。“其中销售提成最高的是保险产品,高的可达5%(当然,保险产品推销的成功率也远低于其他产

品);其次是基金产品,为万分之五到千分之五。而一般销售本行银行理财产品是没有提成的,但会纳入销售量考核,银行理财经理自然会千方百计推荐银保产品以及基金等提成较高的产品。”

对于投资者来说,大多数在银行购买理财产品的客户往往都对银行的招牌信誉给予很高的信任,甚至连产品说明都没看懂就签订了合同,这种盲目的信任往往成为风险的敞口。

对于银行来说,也经常出现风险评估走过场等情况,不少客户经理在销售产品的时候甚至没有说明产品的风险和投向等,一旦遇到问题,银行往往以“银行员工个人行为”为由进行抗辩。

业内人士指出,由于考核的利益导向,很难杜绝销售人员基于提成推荐产品的倾向,银行应对其销售和代销的产品进行严格的规范,投资者也应应对理财产品做到充分认知、防范风险。 据《证券日报》

相关新闻

理财也玩“饥饿营销”

市民李先生近日收到某银行的一条短信:“限时推出7%多款高收益率理财产品。”李先生说看到这条短信先是一惊,这么高的收益已经很久没有看到了,“而且门槛也不高,只要5万元起步。当时我心里就有些不信,哪有这种好事,仔细看下去,果然有门道。”李先生向记者展示的短信还显示,“购买者先在指定时间进行秒杀。”这意思就是先要秒到,才有资格买。而且记者发现不仅仅是银行,目前市区部分券商也在玩这种理财产品的销售新花样——“秒杀”。

同样,市民叶女士是市区某券商的忠实客户,最近她的理财师在朋友圈分享了该券商推出的一款网络新理财产品,称保本

而且固定收益,5万元起步,年化收益率7%。这对叶女士很有吸引力,但是同样也要“秒杀”成功之后才能购买。

市区某银行理财师认为,金融机构推出的一些“秒杀”的高收益率理财产品多是一些噱头,一般额度不多,期限不长,有些会限制单笔购买限额,然后通过“秒杀”的方式能营造出很“抢手”、很难买到的情景。“这也是饥饿营销的一种策略,投资者渴望产品的愿望被大大激发了,这期秒杀不到,会关注下期产品的预售,无形中提高了投资者对金融机构的关注度。一旦取得广告效果之后,实际收益会慢慢回归正常水平。” 综合

资金投向

近十家银行理财资金参与中石化混改 50万门槛令普通投资者却步

近日,中国光大银行资产管理部总经理张旭阳向记者证实,光大银行理财资金已经借道华夏基金参与中石化混合所有制改革。据业内人士透露,四大行中,理财资金参与中石化“混改”项目的包括工行和农行,股份制银行中除了光大、招行外,至少还有五家左右参与,也就是说,有将近十家大中型银行的理财资金将参与投资中石化“混改”。

银行理财资金直接参与“混改”有门槛

银行理财资金直接参与中石化“混改”,目前还有一些政策上的障碍。2009年,银监会发布《关于进一步加强商业银行个人理财业务投资管理有关问题的通知》,强调在投资方向上,禁止银行理财资金以任何形式投资于二级市场股票或与其相关的证券投资基金,以及未上市企业股权和上市公司非公开发行或交易的股份;不得将商业银行理财客户的资金用于投资高风险或结构过于复杂的金融产品;银行理财资金参与新股申购,应符合国家法律法规和监管规定。

通知也补充,对于具有相关投资经验,风险承受能力较强的高资产净值客户,商业银行可以通过私人

银行服务满足其投资需求。这也使得股权投资类产品成为私人银行专属产品。

也正是基于上述原因,只有私人银行的客户可以参与进来,而据民生私人银行客户经理介绍,私人银行客户理财产品最低门槛基本为50万元,此外根据《商业银行理财产品销售管理办法》对商业银行私人客户的门槛定义,“金融资产达到600万元人民币及以上的商业银行客户”才可以成为银行私人银行客户。

当银行理财产品受制于投资门槛之际,嘉实基金公告称,公募基金产品“嘉实元和直投封闭发起式基金”已经获得了证监会的注册批文。基金的规模为100亿元,其中50亿元用于投资中石化销售公司的股权,而其他资金将用于固定收益类产品

的投资。该基金的投资门槛为10万元。从门槛的角度上来看,银行理财产品一下子输在了起跑线上。

理财产品着眼于上市回报

在中石化“混改”初期,质疑声也同样存在。对此,张旭阳较为乐观,“对于投资标的而言,或许在当下不是最佳的风险标的物,但是不能看过去,要着眼于未来的回报,此次中石化混改,政策不确定性较低,而中石化本身意愿也较为强烈,资本运作相对顺畅,且上市的可能性会更大,也会有更多的产业资本进入,并且,此次混改有稳定的现金分红,这也是银行看重的一个方面,虽然在员工持股等方面还存在分歧,没有达到理想状态,但是总的来看,符合银行理财产品的要求”。

在产品的设计方面,张旭阳介绍说,目前既有开放式净值型产品,可以定期申购赎回,这类产品对于大众投资、银行财富客户十分有意义。产品采用组合投资,相当一部分是投资债券等固定收益类资产,少部分投资波动率比较小的资本市场品种。

对于封闭式产品,光大银行也在酝酿中,由于封闭式产品风险投资标的物更集中,难以规避掉集中物风险,因此在资产配置上会更为谨慎,会向更高风险偏好的客户发行。

在产品回报方面,券商人士也并不悲观。“把过去通常只能由机构投资者参与的上市前增资到IPO发行,再到上市后二级市场交易三段累积,获利的概率与幅度都大大地提升,远比单纯打新收益更高,风险更低。”券商人士表示。 据《证券日报》