

银行理财市场新规施行

市民购买理财产品请注意新变化



“业绩比较基准”≠“到期收益率”



近年来,公众金融素养不断提高,人们的理财意识越来越强,理财产品日益受到投资者青睐,尤其是近日大额存单利率的下滑,促使更多的人将目光转向了理财产品。不过,市场上的理财产品琳琅满目,销售渠道和方式多种多样。“业绩比较基准3.85%”“七日化收益率3.14%”“业绩比较基准3.60%-4.20%”之类的宣传字眼,在不少理财公司的理财产品宣传页及手机银行APP中十分常见。但笔者发现,大部分投资者对于理财产品的基本信息,特别是“业绩比较基准”等相关概念并不十分了解,有的甚至将其误以为是“到期收益率”。

随着银行理财净值化转型的不断深入,保本产品已成为历史,不再发行。与过去常见的保本产品“到期收益率”有所不同的是,资产净值产品的预期收益率则是通过“业绩比较基准”来反映的,即理财公司根据产品的过往业绩或同类产品的历史业绩计算投资者可能获得的预

期收益。

我市一位不愿意透露姓名的银行从业人员告诉笔者,《办法》规定金融产品销售机构不得在未说明选择理由、计算依据或计算方法的情况下使用业绩比较基准,不得使用绝对值或区间值单独或引人注目地显示业绩比较基准。同时,理财产品销售机构不得伪造、单方面或失当宣传,夸大过往业绩,预测理财产品的投资业绩或发行或公布理财产品的预期收益率。

“此次《办法》与‘资管新规’保持一致,商业银行理财产品需根据已发布实施的‘资管新规’进行规范转型,《办法》的施行并非绝对禁止展示业绩比较基准,而是为了防止销售机构和相关人员变相宣传预期收益率,更好地促进产品净值化转型,推进打破刚兑预期。”我市一位银行业专业人士分析说。

为此,该人士提醒市民在购买理财产品时,需要明确了解理财产品“业绩比较基准”的组成情况以及相关预估收益。

6月27日,银保监会发布的《理财公司理财产品销售管理暂行办法》(以下简称《办法》)正式开始施行。作为《商业银行理财子公司管理办法》的配套监管制度,《办法》从理财产品销售机构、风险管理与内部控制、理财产品销售管理、销售人员管理、投资者合法权益保护等多个方面对理财产品的销售管理提出了细化要求。

理财第一步 做好风险评估



如今,随着互联网金融平台和手机终端应用的日臻完善以及大批年轻投资者的涌入,通过互联网金融平台购买理财产品已经成为大多数人的选择。笔者从相关网站查询获悉,此次发布的《办法》中特意明确了理财产品的销售渠道,即允许理财公司和吸收公众存款的银行业金融机构代销,而券商、第三方财富管理公司和互联网平台均未放开销售。这就意味着,市民在购买理财产品时可通过两个渠道,一是理财公司,二是代销机构,而银行渠道可分为银行网点购买、电子渠道购买,如手机银行APP。

除了严格规范销售渠道外,《办法》还对理财产品的销售过程进行了明确

规定。在投资者购买理财产品前,销售机构应当对投资者身份信息的真实性进行验证,并结合收入来源、财务状况、投资经验、投资目标和风险偏好等进行风险评估,把合适的理财产品销售给合适的投资者。

也就是说,市民在首次购买理财产品时,应在银行网点进行风险承受能力评估和面签,而且只能购买和自己风险承受能力等级相同的产品。同时,在进行风险评估时,需确保是本人操作。需要注意的是,如果投资者超过一年未进行风险承受能力评估,再次购买理财产品时,必须重新完成风险承受能力评估并签字确认。

(朱梦楠)

导读

我市银行业高管
接受廉政警示教育

[B2]

中行舞钢支行为老人
清点霉变纸币获称赞

[B3]

白酒“新国标”出台
对酒界有啥影响

[B5]

常绿又建一座
美学示范区

[B6]

河南银保监局
表彰“两优一先”

[B8]



健康视界



平顶山金融圈