

网络保险理财受追捧

超6%收益恐难兑现

目前互联网“宝宝”收益大幅缩水，在4%—4.6%之间徘徊，而就在以余额宝为代表的货币基金将要跌破4%的时候，互联网金融似乎又找到了另一个“神器”——保险理财。

近日，多家与互联网金融平台联姻的保险公司，推出6%甚至7%预期收益率的保险理财产品，引发投资者追捧。不过，理财分析师提醒，保险理财产品在推广宣传中提到的超高收益率，是否能够保证实现值得关注，因此投资者需谨慎对待。

保险网络理财收益有点高

7月15日，京东金融官方微博发布消息称，16日上午十点开售一款名为超级理财之“安赢一号”的理财产品。据介绍，该理财产品预期年化收益率达6.9%，最低门槛为1000元，单笔小于20万，用户可多次购买，无购买手续费，该产品一出，吸引了不少投资者的眼球。

“今年以来，互联网理财产品收益率持续下滑，有高收益要求的用户持续流失。为留住用户，电商理财平台不得不开始推出更多高收益的理财产品。”京东金融相关负责人表示，本次推出的产品属于投资理财型寿险险种，兼

顾预期年化收益率6.9%和身故赔偿账户价值的1.05倍。

调查发现，相比互联网“宝宝”的跌跌不休，互联网上售卖的保险理财则动辄年化收益率6%起步，而且大有不断冲高的架势。

通过查询近期保险理财产品，笔者发现一年期的保险理财产品预期年收益率基本超6%，部分3年期产品则达到7%。阳光保险推出的“稳操胜券投资连结保险”，在其宣传页上写着“2014年年化收益率7.43%，活动期间购买再送1%的收益”；珠江人寿的“汇赢1号”新版，预期收益率为6.5%，其最低持有期限为366天；昆仑健康保险的存乐理财保障计划，预期年化收益率6%；泰康人寿的旺财2号，预期6.5%等；弘康人寿在7月18日也推出了一款7%年化收益率、1年期限、1000元起认购的理财产品，不过，这款产品只销售3天，额度也仅有5000万元。“6%的收益率只能算是起步价。”一位保险业内人士表



示，今年保险同行可能都会维持这一标准，短期内或还会不断冲高。

“噱头”十足谨慎投资

有业内人士表示，除了较高的预期年化收益率外，“低门槛”也是网络保险理财产品吸睛的原因。

据查询，珠江人寿推出的“汇赢三号”赢春版和“汇赢一号”新版，昆仑健康存乐理财保障计划和弘康人寿“宝盈一号”产品的起购金额都是1000元。这意味着尽管互联网保险理财产品门槛总体上比互联网“宝宝”高，但比起银行理财产品动辄5万元的起购门槛还是低了一大截。

“另外，互联网保险理财产品免除了多项费用也让不少投资

者青睐。”昆仑健康保险的存乐理财保障计划就免除了初始费、无保单管理费、无风险保费、无保单生效期满3个月后的部分领取费用或退保费用。此次京东推出的“安赢一号”也是宣称购买免手续费、持有一年以上(含一年)免手续费。

尽管有吸引眼球的高收益和“低门槛”，但事实上，不少投资者都有这样的疑问，这动辄超过6%的高收益最终能否兑现？

有分析师表示，保险类理财产品在推广宣传中提到的超高收益率，并不能够完全保证实现。

“因为监管部门对保险产品有收益保证红线要求，以万能险为例，这类保险产品最多只能向投资者保证年化2.5%的收益率，其他‘溢价’部分不在保证之列。所以，保险类理财产品是否可以实现营销宣传中的超高收益率，完全要看产品的具体运作情况。”

某保险专家表示，和银行理财产品不同，互联网保险理财产品简介中经常可以看到两个收益率，预期年化收益率和保单最低保证年化结算利率。后者是合同约定的汇报最低限，投资者可以放心拿到，但是能否达到产品介

绍的5%—7%的预期年化收益率，“这个不好说，可能有一定风险”。

“互联网保险理财正处在刚起步阶段，保险公司一般都会尽可能给予客户预期年化收益率，这样可以在这一波互联网保险理财浪潮中确立自己的领先优势。”上述分析师认为，“可能有的险企为了维护声誉和在互联网的信誉度会进行补贴，但一直在超高收益阶段补贴并不现实，也不是长久的发展之路，具体是否会像银行理财产品那样实行隐形刚性兑付，现在下结论为时尚早。”



沪指大涨1.02%突破平台

昨日两市放量上攻，股指突破最近一个月以来的平台，在新能源汽车概念和有色金属板块的带动下，各板块被全面激活，两市单边上攻，股指期货盘中更是大涨近2%。创业板指指数盘中更是大涨近1.8%，继续保持领涨。

截止昨日收盘，沪指报2075.48点，上涨21.00点，涨幅1.02%，成交987亿元；深成指报7372.65点，上涨98.15点，涨幅1.35%，成交1131.7亿元；创业板指报1329.35点，上涨22.38点，涨幅1.71%，成交211.48亿元。从盘面上看，特斯拉概念、有色金属、氟化工、福建板块领涨，银行、地产、煤炭等传统行业也全线飘红。

理财师分析，市场距离确定方向的时间越来越近，无论向上还是向下都需要成交量的配合。另外还需要主流的热点和板块推动市场的前进。目前看主流品种日益明确，那就是以有色金属为主的周期性板块，包括房地产、机械以及有色在内的周期型品种资金流入明显。当前确立方向的条件只差一根长阳线和成交量的同步放大，整体而言我们逐步趋于乐观。

沪指报2075点主力资金持续流入

昨日截至收盘的最后半个小时，大盘仍然处于高位横盘态势并延续到收盘，主力资金则继续净流入，收盘4大指数全部上涨，涨幅基本都达到了1%。

从盘面上看，昨日涨多跌少，个股活跃度大幅提升，30多家公司涨停，500多家公司涨幅超过2%，说明市场的赚钱效应比较明显。从行业板块来看，汽车制造、电气设备、房地产、有色金属和软件及系统5个板块对指数的向上的贡献最大。板块资金方面，有色金属、银行、证券期货、复合材料和汽车制造5个板块占据主力资金净流入的前5名，而航天国防、食品加工、纺织、电子设备和仪器仪表则是主力资金流出最多的前5名，显示出权重股被机构持续增仓逐步走强的迹象非常明确。走势上，昨日大盘低开高走，震荡上行并收出中阳，突破短期的整理平台有向年线挑战的需求，量能的放大、权重股的强势以及主力资金的大举进场表明目前有明显的增量资金入场，这对大盘的震荡上行将起到直接的推动作用，这样的态势维持下去，突破年线走出波段上升行情的概率很大。

从板块的趋势来观察，昨日行业板块和概念板块之间都没有发生强弱之间的转换，保持强势的板块数量相对稳定，也说明市场上的投资机会相对较多。其中行业中的、铁路运输、房地产、有色矿采，概念中的厦门自贸区、粤港澳自贸区、保障房等是主力资金近期关注最为明显的板块，在近10天当中有7天以上都是资金在净买入的，表明这其中的投资机会更为明显。

(本报综合)

多项监管措施齐下

未来银行理财产品或将走“下坡路”

银率网日前发布的上半年银行理财产品分析报告（以下简称报告）显示，2014年上半年银行理财产品发行总量同比增长33.45%，虽保持增长势头，但增速却呈下降趋势，不及去年一半。业内人士分析认为，除了受互联网理财产品的冲击外，也与银行理财产品本身收益率不高有关，近来监管部门也对银行理财业务格外“关注”，频繁发文“指导”。银率网理财组分析师牛雯认为，未来结构理财产品数量会逐渐减少，取而代之的将是信息披露更加透明、投资方向更为明确的开放式产品。

品的“资金池”问题、其中蕴含的“影子银行”风险、隐性刚性兑付等问题，都有比较明确的治理态度。

另外，银行理财产品收益率有所下滑，即使是“中考”这样的节点，银行理财产品的平均预期收益率也才5.22%，这也打击了投资者购买银行理财产品的积极性。

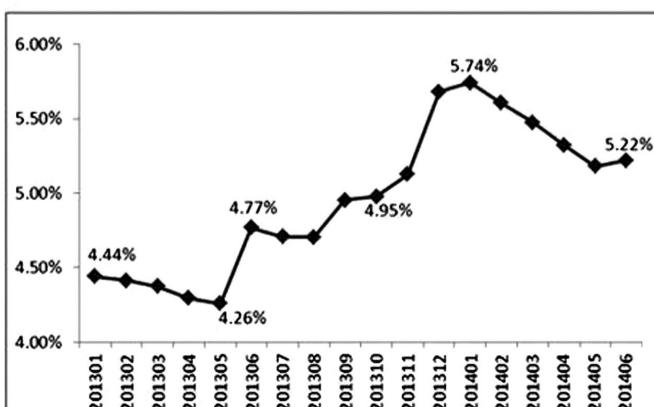
高收益产品数量萎缩

从预期收益率上来看，2014年上半年人民币理财产品平均预期收益率呈现趋势性下跌，进入6月份后出现小幅回升。银率网

上周（7月12日至7月18日）的报告也显示，人民币非结构性理财产品预期收益率在个别品种中出现回升现象，但整体表现仍然是向下运行，高收益理财产品进一步萎缩。

不少专家也预言未来银行理财产品或将走“下坡路”。中央财经大学中国银行业研究中心主任郭田勇曾对媒体表示，理财产品

收益率走低不是个别月份的偶然现象，今后恐将成为常态。银行业的利率中枢不断下沉，资金面回归相对宽裕，将使得资金市场趋于平稳，未来银行理财产品收益率不再飙高是正常的现象。银行业业内人士则表示，未来银行理财产品形式会呈现多样化的趋势，同时随着未来利率市场化，产品收益会趋于理性。



三因素导致增速放缓

今年上半年银行理财市场为何突然减速？互联网金融的高速发展是原因之一。牛雯表示，互联网与金融产品的嫁接，为投资者带来更多样的投资选择，同时也提升了投资的体验感受。

此外，今年以来，监管部门对银行理财业务格外“关注”，频繁发文“指导”。从规范银行同业业务，到刚刚发布的35号文，每一项监管的砝码都直接或间接地落在银行理财产品的身上。从央行和银监会上半年的态度来看，监管部门对银行理财产