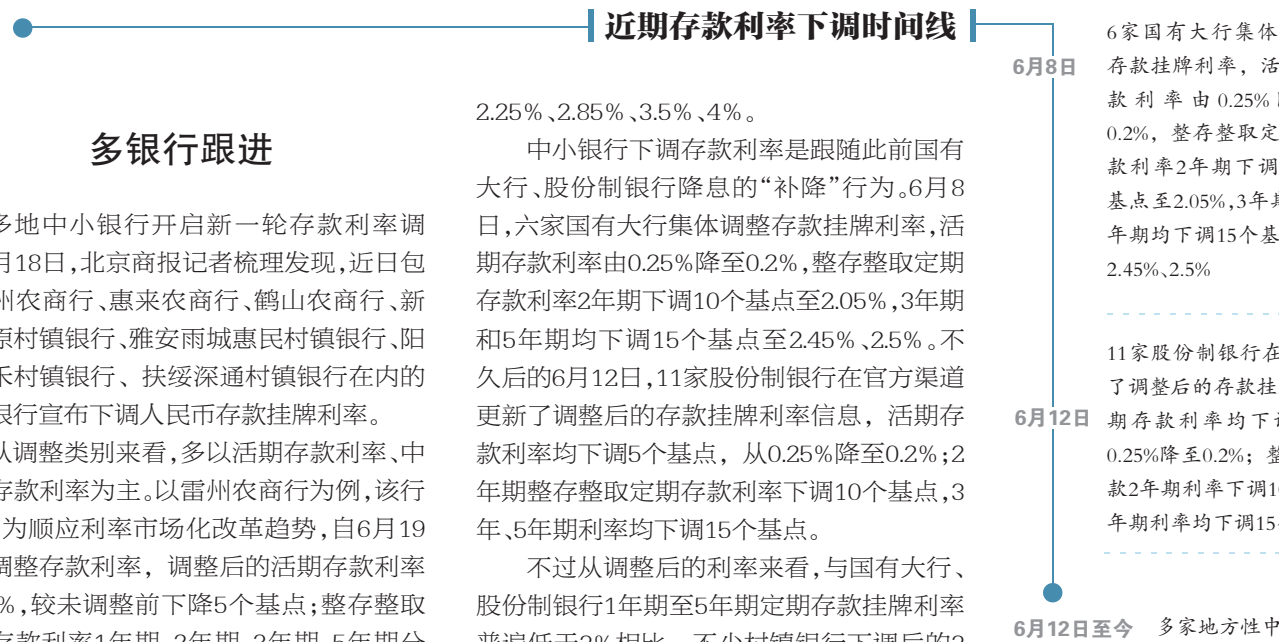


# “降息潮”蔓延 “存款特种兵”跨城狂飙

国有大行、股份制银行后,存款“降息潮”开始向地方性中小银行蔓延。6月18日,北京商报记者梳理发现,截至目前,已有包括雷州农商行、惠来农商行、鹤山农商行、新乡中原村镇银行、雅安雨城惠民村镇银行在内的多家银行宣布下调存款利率。随着存款利率连番下调,储户们坐不住了,组团开启“特种兵”模式的跨城存款,寻找提高收益的最优解。



方面,部分股份制银行之间2年期整存整取定期执行利率相差10个基点,3年期相差22个基点,若储户存款金额较大,也将会是一笔不少的差距。

## 做好资产配置

尽管不同规模的银行存款利率有所差异,但在“降息”的背景下,如何做好资产配置,打理好自己的“钱袋子”成为储户关注的问题。从行业情况来看,在市场情绪回暖的情况下,部分存款流入理财市场,还有一部分储户选择多元化配置,将基金、保险、理财产品组合作为投资方向。

普益标准研究员董翠华表示,存款可能存在的向理财“搬家”的现象,这是存款利率下降和近期银行理财收益上升的双重作用。银行理财相对存款的收益优势拉大,出于对更高收益的追求,居民对资产配置进行了调整。这一现象能否延续取决于银行理财相对存款的收益优势能否延续,短期来看,该趋势可能将继续延续,长期趋势未明。

“在经济下行周期,市场无风险利率下降是大势所趋。”董希森进一步指出,所以,对居民来说,一定要调整心态和预期,平衡好风险和收益来进行资产配置。如果要追求高收益,那么必须承受高风险;如果要追求稳健的收益,可以在存款之外,适当配置现金管理类理财产品、货币基金以及储蓄国债等产品。同时,降低对投资收益的预期。

从长远来看,董希森指出,存款利率下调之后,存款利息收入降低,在一定程度上有助于推动存款回流到实体经济及理财市场、资本市场,但下调存款利率并非提振投资和消费的根本之策。应进一步完善多支柱、全覆盖的社会保障体系,更好地满足居民养老、就医、教育等方面的迫切需求,缓解居民后顾之忧,进而降低预防性储蓄意愿,多渠道促进居民储蓄有效地转化为投资和消费。

北京商报记者 宋亦桐

## 蹭“6·18”热度 保险花式线上营销

上半年最大的购物节——一年一度的“6·18”大促迎来最重要的一天。经过了几年的不断进化,“6·18”已经从单个网站的促销狂欢发展成为了一场“全民购物狂欢节”,除了各路电商平台和商家积极备战外,保险公司也不甘落后。6月18日,北京商报记者梳理发现,平安产险、中国人保等多家保险公司参与了这一营销“狂欢”。

一些平台以打折、赠送服务、抽奖等方式趁势宣传,或者通过直播的方式引入更多的流量。不过,也有业内人士提醒,保险产品专业且复杂,并且需要长期的售后服务,尽管福利活动诱人,但下单前仍需斟酌,理性消费。

## 产品折扣、增值服务

在2022年被称为“史上最惨6·18”后,今年,各家电商平台摩拳擦掌,升级优惠补贴力度,纷纷喊出“史上投入最大”的口号。昨日,“6·18”购物狂欢节进入后半场,做最后“冲刺”。

同样作为产品销售方的保险公司,又是怎么备战这个“6·18”的呢?

北京商报记者梳理发现,在部分保险公司自营网站、App等线上运营平台上,“6·18”被置于C位。不少保险公司借“购物节”的东风,进行产品促销或引入更多的流量,纷纷推出各式福利政策。在产品促销过程中,打折、赠送服务、抽奖等成了不少保险公司的法宝。

比如,在中国平安官网,有两款意外险产品可以享受8折优惠;平安产险推出的活动中,邀请亲朋好友一起购买保险,可享受最低6折优惠,活动期内购买指定健康险,可赠30元无门槛购药券及运费券,用户还可以参与年终回馈抽奖活动;在中国人保App,用户也可以享受折扣优惠,通过领取平台优惠券的方式,可享受8折、9折等不同程度的优惠。

保险中介平台很难对在售产品统一进行折扣或补贴,相对来说,更加注重客户吸

引和提升客户黏性。比如,新一站保险App也推出了“6·18狂欢集结”,用户可以参加抽奖和积分派送活动。此外,保险行业在直播领域也在不断试水,比如,“平安好车主”推出了平安旅游直播专场。

对于保险公司和保险中介平台借购物节契机进行保险营销或宣传,首都经贸大学农村保险研究所副所长李文中指出,“6·18”属于民众购物狂欢节,借机进行营销宣传可以提高品牌知名度和曝光度,让更多的消费者认识和了解公司,特别是对一些名气较小的中小公司来说。同时,购物节期间消费者的购物意愿更高,利用购物节进行保险营销宣传可以吸引更多客户,提高公司的销售业绩。购物节期间购买保险能够有更多的让利,也能够借机提升客户的满意度。

值得一提的是,保险作为经济社会风险保障者,在风险保障环节也发挥了重要作用。针对产品质量、价格、配送等多个场景,创新布局多类保险产品。比如,京东保险板块与合作伙伴联合推出了四大服务产品“晚到赔”“价保险”“运费险升级版”“破损险”的福利政策。

对于消费者来说,虽然促销活动火爆,但诱人的平台福利更容易让人眼花缭乱,需要理性消费。相较于一般商品,保险产品非实物,专业性强,需要长期的售后服务。宋占军提示,对于此类促销行为,相对于平常具有一定的优惠。消费者应根据自己的需求合理选购,避免盲目过度消费。

并且,线上投保一般页面信息较多,更需要消费者谨慎阅读和填写。李文中表示,消费者在投保时要依法履行如实告知等法定义务,避免最后不能获得保险保障。在投保前要先对保险产品和保险公司做深入了解,选购性价比、安全可靠的保险产品。

北京商报记者 陈婷婷 李秀梅

## 赵诣等多位知名基金经理打开大额申购

6月以来,多位知名基金经理在管产品纷纷打开申购或调高大额申购限额。北京商报记者注意到,6月17日,泰达宏利基金发布公告称,为满足投资者投资需求,由孟杰管理的泰达宏利行业精选混合自6月19日起,大额申购限额由此前的100万元调整至500万元。此前在6月15日,孟杰管理的另一只基金泰达宏利睿智稳健灵活配置混合也采取了同样举措。

而就在6月16日,由杨金管理的交银启诚混合也宣布自6月19日起将大额申购限额调整为100万元。需要注意的是,自2022年6月6日该产品大额申购限额调整为1000元至今,已持续一年时间。

无独有偶,近一周内还有多位明星基金经理管理的产品“开闸”。为满足投资者投资需求,6月14日起,广发基金旗下“名将”林英睿管理的广发多策略灵活配置混合、广发睿毅领先混合、广发聚富混合、广发价值领先混合均调高大额申购限额。根据相关公告披露,4只产品的大额限额均由此前的10万元调整至500万元,而这也是上述4只产品在年内首次提高大额申购限额。数据显示,截至一季度末,林英睿的在管规模达197.51亿元。截至6月16日,林英睿管理的广发睿毅领先混合A的任职回报实现翻倍,达168.08%。同日,由知名“舵手”鲍无可管理的景顺长城沪港深精选股票也宣布即日起恢复200万元以上申购(含日常申购和定期定额投资)及转换转入业务的公告。此外,由广发基金吴远伯、泰康基金宋仁杰管理的产品也在近期恢复机构投资者大额申购或恢复非直销销售机构大额申购业务。

面对知名“舵手”纷纷“开闸”,也有基金大V不禁在相关产品的评论区发出疑问:林英睿、赵诣、鲍无可这是干嘛啊?

财经评论员郭施亮表示,“此前,基金赎回压力较大,部分基金管理人的管理规模或缩水,放宽大额申购则有利于迎来增量资

金,提升基金经理的配置能力。此外,市场环境回暖也有利于提升基金申购热情,打开申购有利于增加增量资金”。

值得一提的是,除上述放宽申购限额的产品外,也有明星产品在近期打开申购。6月13日,泉果基金明星基金经理赵诣管理的泉果旭源三年持有期混合宣布恢复申购,并将大额申购限额调整为5万元,这也是该产品自2月9日暂停申购后首次打开申购。

对于上述产品打开申购的原因,泉果基金也在旗下官方公众号发文称,目前市场走到了一个相对难熬的阶段,但在市场反复震荡中也蕴藏着投资的机会,长期来看,权益市场的筑底阶段,或许也是不错的布局试点。基金经理打开产品申购,让部分投资者能够把握低位布局时机,平滑成本,力求获得优秀企业的长期投资收益。

此外,在当前市场普遍信心不足的情况下,泉果基金也宣布,除了首发募集期间参与认购外,在本次产品恢复申购后,赵诣将追加自购100万元,与投资者共担风险,共享收益。

不难看出,无论是放宽申购限额还是自购,都是公募基金对市场积极看好的表现,业内人士也普遍认为,下半年市场或有转好趋势。

展望下半年行情,前海开源基金首席经济学家杨德龙认为,我国市场的利好因素正在逐步累积,一系列稳增长的政策呼之欲出,一旦经济面企稳回升,股市也有望迎来回暖的走势,特别值得关注的是,市场风格可能会发生切换,前期跌幅比较大的消费白马股和新能源龙头股有望吸引资金配置,从而迎来恢复性上涨的机会。当下正是一个布局下半年行情比较好的时间窗口,很多优质股票跌出了价值。

郭施亮也认为,下半年市场环境可能有所回暖,但这取决于下半年新股发行节奏与募资规模变化,对下半年市场行情谨慎乐观,但建议不要过度乐观。

北京商报记者 李海媛