

赚钱难?“跑银行”理财稳增值 市场淡?“玩血拼”网购淘便宜

能挣

理财“三个一点”惹人爱

“今年靠投资赚钱真不容易。”这是沪上许多投资者近一年来的总结。股票跌得找不着北,黄金十年大牛市走下来也迈不动步了,限购令下房产交易清淡,以往的最佳投资品种一个个“无可奈何花落去”。

尽管市场寒意阵阵,有一个品种却是人见人爱,持续走红。回报稳一点,期限灵活点,收益高一点,银行理财产品凭此优势,在投资的长跑中胜出。

回报 稳健一点

市民余先生是标准的上海宅男,勤奋工作之余,最大爱好是担任家庭的“财政大臣”,炒股票、买黄金、投基金、购银行理财产品,样样不“脱班”。每个季度末,他都会在电脑上制作一份家庭投资收益报表向太太报账。“今年大势不好,股票亏得多,”他叹息道,“难做啊。还好有理财产品等稳健投资撑着,到现在整体资金亏损10%左右,比起光做股票强多了。”

一位银行业内人士告诉记者,今年以来,由于资本市场表现不佳,理财产品成为很多投资者的首选,银行推出的不少理财产品开售后很快被抢购一空,甚至频现“秒杀”。像浦发银行上月和本月各推出一期行庆专属理财产品,预期年化收益为4.5%。由于数量不多,只能采用限购的办法,规定每位客户最多购买5万元。

交行近期发布的研究报告显示,固定收益银行理财产品连续位于小康家庭未来愿意投资的产品之首,且投资意愿在不断增强。今年股市表现低迷,固定收益类资产被市民视作规避风险的良好选择。

收益 高出一点

据普益财富统计,前三季度我国银行理财产品发行规模超过20万亿元。在庞大数字的

背后,是投资者对商业银行信用、银行理财产品预期收益的信心。12月第一周,国内有39家银行发行了417款理财产品。其中6个月至1年期限的平均收益率为4.40%。本周,京津冀地区市场销售的人民币理财产品平均预期收益率为4.40%。

银行理财产品除了保本固定收益品种外,还有保本浮动收益和非保本浮动收益类产品,需要承担一点风险,但很多市民长久以来的印象就是“钱放在银行总归是放心的”,买的时候匆匆看下条款就签字了。不过,理财经理提醒大家,购买前还是要仔细阅读产品说明书后才落笔。比如理财产品一般没有到期是不能提前提取的,但有些产品明确可以用来做质押贷款,碰到急用可以调头寸。

购买 灵活一点

工行上海分行的相关人士分析说,现在理财产品可供选择的期限较多,短中长期皆有,但多数客户偏爱中短期产品,对资金的灵活性要求较高。预期收益未必最高就好,更看重理财产品之间“无缝”滚动衔接,一期结束了马上买接下去的一期,资金不闲置,这样相对收益比存款要高,还有更多的灵活性。

比起有时间光顾网点柜台的老年人,“上班族”时间紧张。不过,随着银行渠道的创新及智能手机逐渐普及,网上银行让理财产品的购买向全天候发展。下了班,银行也到了关门时间,网上银行却24小时不打烊。端坐电脑前,选购起来更加从容而且方便。“晚8点黄金档,理财夜市专属产品准时开售。”一些银行开通了网上“理财夜市”,解决了上班族白天无法到营业厅购买产品的问题,延伸了银行的“营业时间”。

本报记者 谈璐



■ 要让“钱生钱”,确实要花功夫

图 CFP



■ 越来越多消费者加入“网购大军”

图 CFP

会花

网购“价廉物美”乐陶陶

2012年中国网民最关心啥?全球最大中文搜索引擎百度最新发布的“2012年度搜索风云榜”显示:基于5亿中国网民数十亿次的搜索结果,“淘宝网”登顶今年最热搜索词,其后才是“QQ空间”“优酷”“NBA”“新浪微博”等热词。

如按“光棍节”时“天猫+淘宝”总销售191亿元要送7200万件包裹计,则今年已“淘”出约40亿个包裹,超过全国快递包裹总量的半壁江山。

DCCI 互联网数据中心发布《中国电子商务2013蓝皮书》预测:明年将成中国电子商务发展的临界点,网购金额或超1.4万亿元,在社会消费品零售总额中的占比超过5%。网购从往年的小年轻时髦消费,到今年普及及为中老年人也积极参与的全民消费,已是国人“能挣会花”的最大年度消费热点。

网上“人造节” 一个接一个

去年“双十二”,淘宝网成交额就有43.8亿元;而刚过去的今年“双十二”,规模与成交额均远超去年。来自第三方比价导购平台——51比购网的数据显示:从本周一进入“双十二”预热期,国内主要B2C商城的订单量平均上涨了53.7%,环比2011年同期上涨97.8%,其中来自淘宝网的订单量最大占到32.68%。从用户最喜爱的电商平台看,前五名依次为:淘宝网、京东商城、易迅网、1号店、苏宁易购。

相比去年“双十二”赢过“双十一”,今年“双十二”却不敌“双十一”。这两天,部分网上卖家总结说,这次“双十二”的销量不及“双十一”的一半;而买家表示,“‘双十一’大出血还没缓过劲来,一看‘双十二’价格还不如‘双十一’就忍了”。实际上,模仿线下传统零售的“造节”营销,今年以来各大网购平

台为了多销多卖凑出了不少节日,这在一定程度上也稀释了单日的波峰能量。

从6月18日的“网购狂欢节”第一次大规模打响电商价格战,到8月15日“四国大战”约架3C家电;从“双十一”(“光棍节”)“天猫+淘宝”创下191亿元的国内单日零售纪录,到刚落幕的“双十二”(“要爱要爱节”)有超过1.5亿买家参与——这些平淡无奇的日子,被电商通过铺天盖地的广告战和夺人眼球的口水战塑造造成“节”。在各种“网购狂欢节”的刺激下,我国网购用户规模已超2.1亿人,到明年预计将成为全球第一大网络零售市场。

服务待升级 体验更到位

然而,过于频繁的促销和真假难辨的折扣,也让部分消费者开始对“疯狂网购过节”生厌。在今年“双十二”当天,淘宝网上八成参与的卖家都是星级和钻级的中小店铺,当天专用于买卖双方沟通的聊天工具——阿里旺旺创下了历史最高登录人次。更仔细地询问,更个性地消费,明年将是国人典型的“淘宝”状态。

另外,除了服务和体验有待升级,“货不对版”目前也还是困扰国人网购的“老大难”。今年前三季度,国内网购交易额近8000亿元,但难掩制假售假不断翻新的现状。对此,国家工商总局副局长甘霖日前在全国工商网络市场监管现场交流会上透露,全国网购交易额80%以上出自大型网络交易平台网站、B2C网站和团购网站,所以明年首先将其列入日常监管重点,检查网站交易规则,纠正和消除不公平合同格式条款;同时对网店要逐步监管,“仅删除违法商品信息不够,还要提高违法经营成本”。

本报记者 胡晓晶

“财经·跨年” 开栏的话

辞旧迎新之际,本报经济部主编的《财经周刊》封面版推出“财经·跨年”系列报道,回顾2012年重大财经事件,展望2013年市场前景,敬请读者关注。

“财经·跨年”系列报道共分5章:

■ 第1篇章:亮点之“能挣会花”;

■ 第2篇章:盘点之“谈财论经”;

■ 第3篇章:评点之“收盘看势”;

■ 第4篇章:起点之“新年新市”;

■ 第5篇章:财点之“新年新愿”。

今刊出首篇,在股市、实体商业“双低迷”的背景下,买银行理财产品与网购成为今年两大亮点。

1

跨年

2012

亮点