

第二批养老理财产品密集发行 仍受市场热捧

分析称,该类产品风险不高但也不保本保息

收益相对稳健、认购门槛低……近期养老理财产品数量不断扩容的同时关注度也逐渐升温。8月8日,养老理财产品队伍再添“新成员”,交银理财、中银理财两款养老理财产品同时开售。中国理财网数据显示,截至2022年8月9日,工银理财、建信理财、招银理财、光大理财、中邮理财、中银理财、交银理财、贝莱德建信理财8家理财子公司共发行36只养老理财产品,募集资金已超过600亿元。

■新快报记者 范昊怡

第二批试点养老理财产品密集销售

8月8日,中银理财发行中银理财“福”固收增强(封闭式)养老理财产品2022年01期,风险等级为R2,起购金额为0.01元,业绩比较基准为5.8%-8%,产品采取封闭式的运作模式,期限5年,募集规模上限为60亿元。产品认购期为8月8日-19日。募集规模上限为60亿元,截至记者发稿时,该款产品认购金额已超过28亿元。

同日,交银理财发售了首只养老理财产品“交银理财稳享添福5年封闭式1号养老理财产品”,1元起投,募集期自8月8日起至8月18日止,产品封闭期为5年。该产品业绩比较基准为5%-7%,并设有分红条款。产品主要采取低波稳健的投资策略,并配以平滑基金、风险准备金、减值准备等保障手段增强风险抵御能力。该产品发售首日额度上限为20亿元,交通银行手机银行显示,目前该产品已售罄。

养老理财产品试点2021年9月启动,今年2月,银保监会发布《关于扩大养老理财产品试点范围的通知》,自3月1日起,养老理财产品试点范围由“四地四机构”扩大至“十地十机构”,地区扩大至北京、沈阳、长春、上海、武汉、广州、重庆、成都、青岛、深圳十地。同时,养老理财产品试点机构扩大至工银理财、建信理财、交银理财、中银理财、农银理财、中邮理财、光大理财、招银理财、兴银理财和信银理财十家理财公司。

时隔5个月后,就在上周,中邮理财首只养老理财产品“中邮理财邮银财富添颐·鸿锦封闭式系列2022年第1期养老理财产品”正式发售,打响第二批试点养老理财产品的发行首枪,该产品开售仅一小时销量便突破20亿元,累计认购金额30亿元,提前完成募集。除上述三家理财子公司外,农银理财也宣布,面向个人客户发行的养老理财产品系列产

品农银顺心将于近期推出。

业内人士表示,养老理财产品密集发行,是由需求端决定的。目前,居民对养老理财产品的需求强烈,接受度日益提升。随着个人养老需求和理财需求不断上升,养老理财发展潜力巨大,有望成为银行理财市场中的一片蓝海。

收益较高多为固收类产品

新快报记者梳理中国理财网数据发现,目前有36款养老理财产品上市,这些产品的业绩比较基准多数在5.8%-8.0%,存续期为5年左右,风格偏稳健,也因此受到了投资者的欢迎。36只产品中有27只为固定收益类产品,占比75%;9只为混合类产品,其中8只由光大理财发行,另外一只由贝莱德建信理财发行。就募集规模来看,养老理财募集资金已超过600亿元。

谈及养老理财产品认购踊跃的原

因,融360数字科技研究院分析师刘银平分析称,养老理财产品业绩比较基准偏高,多数在5.5%-8%之间,远高于其他理财产品;整体风险不高,投资类型以固收类为主、混合类为辅,且设置了平滑基金,在一定程度上防止产品净值大幅波动。

尽管收益率颇为诱人,但并不意味着养老理财产品“保本保息”。有业内人士提醒,在全面净值化的背景下,养老理财产品主要有两方面的风险:一是流动性风险,产品期限偏长,封闭期5年起,封闭期间一般不能提前支取,流动性差;二是收益风险,为了提升收益,产品会配置一些高风险资产,业绩比较基准只能作为参考,不代表投资者一定能拿到。为此,业内人士提醒投资者应结合业绩比较基准、风险等级、产品期限、分红赎回机制等因素综合判断,根据自己的风险承受能力选择适合的产品。

热销养老产品一览表(部分)

产品名称	业绩比较基准	产品期限	投资性质	风险等级	发行机构
交银理财稳享添福5年封闭式1号养老理财产品	5%-7%	1825天	固定收益类	二级	交银理财有限责任公司
中银理财“福”固收增强(封闭式)养老理财产品2022年01期	5.8%-8%	1830天	固定收益类	二级	中银理财有限责任公司
邮银财富添颐·鸿锦封闭式系列2022年第1期养老理财产品	-	1826天	固定收益类	二级	邮银理财有限责任公司
贝莱德建信理财贝安心2032养老理财产品1期	5%-10%	3653天	混合类	二级	贝莱德建信理财有限责任公司
招银理财招睿颐养睿远稳健五年封闭5号固定收益类养老理财产品	5.5%-7.5%	1826天	固定收益类	二级	招银理财有限责任公司

■数据来源:中国理财网

今年上半年玩具出口同比涨24.7%,但受疫情及原材料涨价影响挑战仍巨大——

行业期待深圳玩具展“诞生下一个爆款”

新快报讯 记者陆妍思报道 今年以来,玩具出口市场复苏,1-6月,全国传统玩具出口213.99亿美元,同比增长24.7%,但由于市场持续受疫情影响,原料价居高不下,行业未来走势仍复杂严峻,因此将于8月18~20日举行的第34届国际玩具及教育产品(深圳)展览会、第13届国际童车及母婴童用品(深圳)展览会和2022国际授权及衍生品(深圳)展览会(统称“深圳玩具展”)备受关注。该展素有“玩具市场风向标”之称,汇聚逾千家工厂和品牌,将有数以十万计新品会在这里进行全球首发,将吸引各地的玩具买家前来选品。

竞争激烈玩具价格涨幅不大

“今年玩具出口成绩虽然看似不

错,但由于生产成本持续上升,不少企业的利润并不理想。”谈及今年的玩具市场,广东省玩具协会会长李卓明认为挑战不小,他表示,受国际石油价格居高不下等因素影响,玩具跨国公司美泰、孩之宝、乐高等企业产品最近相继调价,个别品种升幅高达20%以上。

原材料涨价,市场环境也充满变数。记者了解到,为了应对挑战,不少参展企业积极研发适合市场需求的产品。价格方面,尽管行业竞争激烈,且原料价飙升令产品售价总体趋向上升,但幅度不大,某些产品如电动童车,市场零售价同比甚至还有所下降。

大牌IP云集可望诞生下一个爆款

对于下半年玩具市场走向,李卓明

告诉记者,尽管今年产业运行情况复杂严峻,但在企业的努力下,市场已出现一些可喜变化,年初奥运吉祥物“冰墩墩”一墩难求,最近消费者疯抢肯德基套餐配搭的可达鸭玩具,这背后是玩具消费已成功向青年群体拓展,这将为产业提供更广阔的发展领域。目前更有企业因应元宇宙热,尝试推出NFT玩具(数字玩具藏品),也有所收获。

作为2022年国内首个大型玩具专业展览会,云集了众多大牌IP衍生品和授权企业,绝大部分展品都将在深圳玩具展作全球首发,当中将展现出今年玩具设计和功能的主流趋势,也蕴藏着2022年爆款玩具的“密码”,下一个爆款IP及其相关衍生品很有可能会从此走出。

珠江人寿将迎新帅

重点发力自营队伍建设

新快报讯 记者林广豪报道 广州本土险企珠江人寿将迎新帅。日前,有媒体报道称,中国人民人寿保险股份有限公司(下称“人保寿险”)原总裁傅安平将出任珠江人寿保险股份有限公司(下称“珠江人寿”)总裁。不过,针对此消息,8月9日该公司相关人士回应新快报记者称,暂无收到该方面的新消息。就目前珠江人寿的经营现状来看,新任一把手将面临较大挑战。

资料显示,傅安平1982年参加工作,历任中国人民银行非银行机构司保险管理处副处长、保险司寿险管理处处长等。傅安平于2005年入人保寿险筹建时加盟,2014年接棒李良温出任公司总裁。2021年4月,人保寿险免去傅安平总裁职务,其被任命为人保集团公司风险管理部总经理。

据报道,有珠江人寿内部人士透露,傅安平目前已在公司实际开展工作,将会加大自营队伍的建设力度,培养独立的代理人。该人士同时提到,珠江人寿对银保渠道的依赖程度较高。

今年6月,中债资信发布评级报告,将珠江人寿的主体信用评级由A调低至A-。报告显示,2021年珠江人寿保险业务收入130.92亿元,同比增80.01%,同时净亏损4.08亿元。报告指出,跟踪期内该公司仍以银行代理渠道为主,2021年末和2022年一季度末占比分别是92.88%和93.53%。

此外,珠江人寿的偿付能力也亟须提升。2021年第三季度,其风险综合评级由B类降为C类。2021年末,珠江人寿综合偿付能力充足率为104.04%,核心偿付能力充足率为52.02%。按照最新的偿付能力监管规则,珠江人寿去年末的偿付能力或被认定为不达标。

有分析认为,珠江人寿偿付能力下滑明显的主要因其投资较倚靠房地产业务,该公司旗下房地产子公司整体持续亏损且对核心一级资本产生消耗,以及部分投资资产公允价值下滑。

下一步,电动车征税?

就发展现状来看,政策短期内还不会落地

新快报讯 记者林广豪报道 8月9日,中国汽车流通协会汽车市场研究分会联合乘联会发布2022年7月份全国乘用车市场分析(下称“分析”)。分析指出,燃油车税收减少后,电动车征税是必然趋势。对此,有业内人士认为,就目前不断促进新能源汽车发展的现状来看,对电动车征税的政策在短时间内还不会落地。

分析指出,燃油车税收是汽车行业对经济发展和国家税收的贡献。具体来看,传统燃油车的车购税为10%,按发动机排量征收的最高40%的消费税,按成品油每升征收的1.52元的成品油消费税和其他正常税收。

记者了解到,作为汽车税收的重要部分,2021年,车购税占全国一般公共预算收入的1.7%。为促进汽车消费,乘用车车购税减免政策今年6月起施行,7月末,国家第三次对免征新能源汽车购置税政策进行延长。据财政部披露,今年上半年全国车辆购置税1374亿元,同比下降30.7%。