

财眼

专属商业养老险结算利率整体走低 “泰康臻享百岁”稳健型账户跌至底线

近日,2024年专属商业养老保险产品结算利率陆续公布。记者梳理发现,多款产品去年的结算利率同比走低。从首批入围个人养老金的产品来看,泰康人寿一款产品的结算利率较2021年推出时腰斩,也有公司产品目前仍有4%的收益水平。

■新快报记者 林广豪

去年稳健型账户 结算利率中位数为3.1%

专属商业养老保险是个人养老金保险产品的一类,在积累期采取保证加浮动的收益模式,提供稳健型、进取型两种不同的投资组合,一般前者的保证利率高于后者。

平安证券的研报指出,从2023年专属商业养老保险业绩表现来看,15款产品稳健型账户结算利率在2.1%—4.15%,平均结算利率3.58%;进取型账户结算利率在3%—4.25%,平均结算利率3.81%。

据记者不完全统计,目前已有27款专属商业养老保险公布2024年的结算利率,其中稳健型账户的结算利率在2%—4.07%之间,进取型账户分布在

2.5%—4.12%之间,两类账户结算利率的中位数分别为3.1%、3.3%。分产品来看,国民养老保险和新华养老共四款产品的两个账户的结算利率均超4%。稳健型账户中,结算利率最低的是太平养老的“太平盛世福享金生B款”,结算水平为其保证利率2%。进取型账户中,泰康养老保险的“泰康福享百岁”结算利率最低,为2.5%。

结合以往数据来看,近年来多数专属商业养老保险持续走低。16款可比的产品中,就稳健型账户的结算利率来看,2024年分别有10款同比下跌,3款持平,3款提高;进取型账户方面,去年分别有11款同比下跌,3款持平,2款提高。其中,平安养老“平安富民宝”的稳

健型账户结算利率下跌1.4个百分点,下降幅度较大。

新产品保证利率下降

2021年6月,专属商业养老保险开始试点。2022年11月,个人养老金开展试点,中国人寿、人保寿险等6家险企的7款专属商业养老保险成为首批保险产品。2024年12月,个人养老金制度全面实施。

记者梳理上述7款产品发现,除中国人寿“国寿鑫享宝”和太平人寿“太平岁岁金生”的稳健型账户外,其余产品共12个账户的结算利率均呈走低态势。其中,2021年—2024年降低幅度最大的是泰康人寿的“泰康臻享百岁”,稳健型账户从2021年的6%降至2024年的

2.85%,去年的水平为其保证利率,其间进取型由6.1%降至3%。国民养老保险“国民共同富裕”两个账户2024年的结算利率分别为4.07%、4.12%,在7款产品中收益表现居前。

有保险代理人表示,与个人养老金其他保险产品相比,专属商业养老保险的特征是缴费灵活、浮动收益、养老保障功能性强。在市场利率、人身险预定利率下降的背景下,不仅专属商业养老保险的实际收益水平有所下滑,近年的新产品保证利率也不及以往。例如,2021年推出的数款产品稳健型账户保证利率为3%,去年的产品多数为2%左右。此外,产品进取型账户的保证利率一般在0%—1%之间,消费者在投保前应有正确的收益预期。

利率降至“2字头” 银行消费贷花式开“卷”

“限时免息”“利率折扣”“优惠利率券”……春节临近,又到个人消费贷款业务发力的“开门红”时节,银行开启“花式”营销,利率也降至“2字头”,甚至有银行推出利率“团购价”。不过,想要拿到最低利率,还需看客户自身的征信情况。

■新快报记者 范昊怡

消费贷营销花样翻新

“新客首借单利必得/年化利率低至2.88%,最高可借200000元。”宁波银行的“宁来花”贷款产品在1月21日之前推出针对新客的优惠活动。记者查询发现,近段时间,民生银行、招商银行、浦发银行等多家银行都推出新一轮消费贷利率优惠活动,普遍将年化利率(单利)降至“2”字头。

1月27日前,民生银行的“民易贷”申请可享最低2.76%的优惠利率,线上最高额度为30万元,该行还面对“受邀企业员工”推出了团购活动,5人团券后年化单利为2.88%,10人成团利率可降至2.78%。浦发银行“浦闪贷”1月31日前新客有机会领取年化单利2.98%利率优惠券。招行北京分行推出“闪电贷”10周年活动,符合要求的客户可申请到的最低利率为2.78%。

邮储银行也加入了一起“卷”队伍,推出“邮享分+邮享贷双节钜惠”活动,客户有机会享年化单利2.78%起的利率优惠券。其他国有行就比较淡定,消费贷产品年利率普遍稳定在3%以上。

最低利率因人而异

融360数字科技研究院统计数据 displays,2024年12月,全国性银行线上消费贷平均最低可执行利率为3.08%,环比下跌1BP,同比下降28BP。

业内人士分析认为,岁末年初和“开门红”的重要时段,银行加大营销和宣传力度,通过合理调整消费贷款利率,推出更具吸引力的特色消费信贷产品,有助于满足客户消费需求,争取更多业务留存,提升市场竞争力。

和往年一样,消费贷产品的最低

利率具有一定门槛和条件,并非所有人都能申请到。如民生银行2.76%的优惠利率主要提供给代发工资客户、贵宾客户、按揭贷款客户、部分合作单位的员工以及在缴纳公积金的客户等特定群体。农业银行的“网捷贷”主要针对公务员、事业单位、上市公司、国有企业、学校、医院、银行、政府机关等单位的员工,以及有房贷、公积金、社保、代发工资的客户等;中国银行的“中银e贷”则主要面向拥有稳定房产或收入的客户群体。

光大银行金融市场部宏观研究员周茂华表示,对金融机构来说,消费贷市场“价格战”过度不利于行业风险管理,过低消费贷利率,可能会导致一些借款人进行套利,容易引发部分消费者过度负债加杠杆,并可能催生局部资产泡沫风险等。

人福医药 拟花落招商局集团 此前多次因当代系被罚

新快报讯 记者刘艳爽报道 1月15日晚间,人福医药公告称,招商局集团下属企业招商创投拟投资118亿元参与大股东当代科技重整,此次重整将使得招商创投逐步成为人福医药新控股股东。1月16日人福医药开盘涨停,全天收涨7.79%。

据了解,人福医药隶属于湖北知名企业集团当代系,近年来因当代科技陷入债务危机,去年10月宣布重整。作为当代系起始公司、国内麻醉药剂领域龙头,人福医药正被诸多国企盯上。

重整消息发出不到一个月,便有6名投资人有参与重整的意向,其中3家为央企,3家为地方国企。而在当代科技重整期间,芜湖信福股权投资合伙企业便通过法拍取得人福医药3.67%的股权,而该公司背后是央企中国信达和宜昌国资委。

人福医药最新公告显示,公司大股东当代科技与招商局创新科技(集团)有限公司(下称“招商创投”)已经签订《重整投资协议》,招商创投计划投资118亿元参与当代科技重组,预计未来将合计控制当代科技所持有的人福医药23.7%股权对应的表决权,进而成为人福医药新控股股东。资料显示,招商创投的实际控制人为招商局集团,后者是一家大型央企。

资料显示,人福医药主营药品及医疗器械的研发销售,其中在麻醉剂细分领域属国内龙头企业。财务数据显示,人福医药营收和扣非后归母净利润均稳步增长,2023年两者均达到上市以来新高。2024年前三季度,人福医药营收报191.4亿元,同比增长5.7%;扣非后归母净利润报15.2亿元,同比增长1.21%。

新快报记者注意到,虽然股权结构上人福医药与当代系其他公司互相独立,但人福医药多次因当代系违规资金占用而被罚。去年9月初,人福医药因下属多家子公司从当代系关联公司处购买物业资产并隐藏与当代系关联,被上交所通报批评。去年10月,人福医药因未及时披露控股股东非经营性资金占用被湖北证监局处罚。



泡泡玛特开卖饰品 限量项链叫价2699元 网友:是银不是金,这韭菜不当了

新快报讯 记者陆妍思报道 “最便宜的吊坠要249元,限量款项链要2699元。”1月15日,泡泡玛特旗下珠宝品牌“POPOP”全国首家快闪店在上海、深圳、成都同时开业。目前该品牌产品除快闪店外,暂时没有其他渠道可以购买,吸引不少潮玩爱好者特意前往“抢购”。但从目前的销售反馈看,产品因材质普通、售价高昂引发不少争议。

据介绍,POPOP产品包括项链、戒指、手链等,所有饰品的设计都融入了“Molly”“小野”“Skullpanada”“Labubu”等泡泡玛特旗下大热IP。

据率先探店的消费者反映,POPOP部分饰品对标潘多拉、APM Monaco等珠宝品牌的款式及定价,以Mega Space Molly为例,素链499元,串珠319元,吊坠459元,集齐一套接近1300元。Skullpanada声音系列项

链,号称全球限量,售价达2699元,但产品的材质为S925银、天然淡水珍珠、红玛瑙、黑曜石。

多数网友认为,POPOP材质普通、定价太高,“主要材质是银,也能叫珠宝?”“银就没意思了,就算限量”“这个韭菜我就不当了”……但也有网友认为值得为IP溢价买单,“这些IP‘流量’都很高,毕竟搪胶手办也要上千元,绝版的商品溢价更高”。

泡泡玛特敢进军珠宝赛道,是其在潮玩市场已积累了丰富的品牌资源和广泛的粉丝基础。数据显示,2024年上半年,泡泡玛特七个IP收入过亿元,尤其Labubu在东南亚走红,更是被称为“中国版jellycat”。自2020年上市以来,公司总营收快速增长。2024年半年报显示,泡泡玛特期内营收45.58亿元,同比增长62.0%;调整后净利

10.2亿元,同比增长90.1%。

泡泡玛特对饰品赛道早就虎视眈眈,在推出POPOP之前,就已“试水”与周生生推出联名金饰,为旗下IP推系列首饰。天眼查数据显示,泡泡玛特2024年6月就在经营范围中增加了珠宝首饰零售,申请注册POPOP商标则是在去年12月,目前尚在实质审查阶段。

在业内人士看来,虽然泡泡玛特在潮玩市场有很高的知名度,但在珠宝市场,消费者对POPOP的认知度相对较低,需要时间和资源来建立品牌形象。“潮玩跨界珠宝其实不算新鲜事,但大多是和珠宝品牌或者设计师品牌联名出一些限定款,单独开辟一条副线品牌专卖珠宝的并不多见,进入一个全新的行业,泡泡玛特需要面对更高的市场风险。”