

又“造节”又“联姻”

银行理财产品也竞相打促销牌？

近期，工商银行推出“理财节”，建设银行举办“理财季”，光大银行携手京东金融销售理财产品……自监管开展综合治理以来，银行理财产品余额大幅减少，这让不少银行倍感压力，开始探索提升银行理财产品销售的办法。专家表示，随着理财市场竞争日趋激烈，银行也开始转换思路，大打促销牌。

理财季、理财节纷至沓来

“我们也没有想到，办个理财节能带动400多亿元的理财产品销售。”工行个金部总经理宋建华介绍，“理财节”当天工行手机银行登录量是平时的2倍多，部分重点产品销量增幅超过6倍。

受“双十一”“618”等购物节的启发，日前工商银行从理财、基金、保险、实物贵金属等九大类投资领域精选了40余款产品作为“主打款”，在全国范围内推出了首届“工银理财节”。当天，高收益理财产品占三分之一，预期收益率5%以上的理财产品几小时内销售一空；部分优选基金申购手续费降到1折，工行基金客户陡增了5.4万人；一些原本鲜有关心的小众投资方式进入人们视野，账户交易产品一天的交易量增了四成。

其实，就在工行推出“理财节”的前几日，建行也推出了“理财季”，同样是向客户推荐了一系列不同起点、期限丰富的高收益理财产品，并在线上线下同步推广。

三季度考核让揽储需求增大

银行的理财产品往往未到募集期结束就已募集完毕，还需要促销。“适度营销对于银行理财销售正显得越来越重要。”宋建华表示，一方面银行负债端压力增大，还常受到互联网金融的挤压；另一方面银行获客成本较高，需要加强线上流量导入。

近期，银行理财产品的收益率小幅下滑，8月银行理财产品平均预期年化收益率为4.41%，较上月小幅下降0.02个百分点。融360分析师刘银平认为，理财收益率有可能再度

回升，因为9月公开市场逆回购到期量较大，且月底银行面临三季度考核，市场资金面压力不小，银行“揽储”需求增大。

“打造‘理财节’吸引资金的需求倒是其次，重要的是让我们重新意识到网点的价值。当天到网点咨询的客户是平时的2.5倍，这让我们深有感触。”宋建华表示，有的理财产品可以在线上“一键购买”，但对于如何合理配置资产、产品是否符合客户风险偏好和资金周转需求等问题，仍需要投资人和客户经理面对面交换意见，这离不开到网点咨询。

建行相关人士介绍，近年来，各家银行都加大了网点改造力度，鼓励客户在自助设备上存取款、缴费、转账汇款等业务操作，而节省出来的柜面人力逐渐转为客户经理，投入到理财、信贷等需要顾问咨询的业务上。

银行发掘创新理财新增长点

尽管如此，更多的银行还是热衷于扩大线上产品的销路，目

前四大行均已与互联网机构结成“对子”，而理财销售也是合作中不可或缺的内容。日前，光大银行与京东金融签署战略合作协议，探索将银行理财产品放到京东金融的平台上销售。

银行和互联网机构的合作已屡见不鲜，但理财销售却一直受到监管“亲见亲签”的制约而难以深度推进，所以业内都十分关注光大银行和京东金融“联姻”卖理财。

光大银行电子银行部总经理杨兵兵认为，合作必须在合规的框架内，不会改变“亲见亲签”的监管要求。“银行自营理财的首次风险评估需要线下进行，但随后的评估和购买就可以在线上进行，而基金、保险等产品的风评和购买本身就可以在线上进行。”

业内人士指出，通过此次理财销售的“联姻”可以看出，互联网金融机构正加速向“金融科技”的定位转型，一方面收缩自营的金融业务，另一方面践行对金融机构服务的承诺，甘做流量担当。 据新华社电

■资讯

信托产品平均预期收益率回升

本报讯 记者 吴缙超 刚刚过去的8月份，成立的集合信托产品平均预期收益率为6.76%，为今年以来单月最高点。根据个人信托理财市场利率易涨难跌的历史规律，未来集合信托产品收益率仍有上涨空间。

据用益金融信托研究所的统计显示，8月共有59家信托公司参与集合信托产品发行，共发行644款集合信托产品。较7月相同时点统计得到的660款相比，发行数量环比微降2.4%。8月集合信托产品的发行规模为1424.16亿元，较7月相同时点统计得到的1864.32亿元相比，环比下降23.6%。

央行在近期公布的《2017年第二季度货币政策执行报告》中，就如何促进资管业务规范发展开设专栏，深入分析当前资管行业存在的五大突出问题，明确了对未来资管业务监管的六大举措。

统计显示，8月成立的集合信托产品平均预期收益率为6.76%，较7月相同时点统计得到的6.59%相比，上升0.17个百分点，为今年以来单月最高点。产品的平均期限为1.85年，与7月相同时点统计得到的数据持平。

从各投资领域收益率来看，8月只有基础产业类产品的收益率有所下滑，由7月份的6.91%下降至6.78%，其他四个领域均有不同程度上涨，其中，金融领域平均收益率较7月上升明显，由7月的5.95%上升至6.35%，收益率较为不稳定。

新材料首批次试点应用保险补偿机制

本报讯 记者 孙琪 近日，工信部、财政部、中国保监会联合印发了《关于开展重点新材料首批次应用保险补偿机制试点工作的通知》，决定建立新材料首批次应用保险补偿机制，同时开展试点工作。据悉，人保财险、平安产险和太平洋产险成为首批入围该业务的险企。

“新材料是指新近发展或正在研发的、性能超群的一些材料，具有比传统材料更为优异的性能，世界公认的六大高新技术领域之一。”人保财险相关人士告诉记者。

试点险企按照保监会要求提供定制化的新材料产品质量安全责任保险产品，承保新材料质量风险、责任风险。投保企业可申请中央财政保费补贴资金，补贴额度为投保年度保费的80%，原则上不超过3年。根据试点要求，政府补贴的责任限额不超过合同金额的5倍、且最高不超过5亿元，投保费率最高不超过3%。下一步，保监会将发布示范条款，相关保险公司应统一使用示范条款开展承保业务。

油价要调涨幅小小

私家车加满一箱油或多掏4元钱

又临近成品油调价时间窗口，在连续两次调价搁浅后，业内预计，本轮国内成品油价格上涨概率较大但幅度微弱，若按私家车加满一箱油60升测算，或多掏4元钱左右。

我国《石油价格管理办法》规定，国内汽、柴油价格根据国际市场原油价格变化每10个工作日调整一次，调价生效时间为调价发布日24时。当调价幅度低于每吨50元时，不作调整，纳入下次调价时累加或冲抵。

上一次国内成品油价格调整发生在8月4日24时，汽、柴油价格每吨分别提高了175元和165元。在之后两轮成品油调价周期内，因国际油价波动幅度较小，国内成品油调价连续两次搁浅。

本轮成品油调价周期内，国际油价保持小幅上涨态势。飓风哈维离开后，美国炼油厂恢复生产带动了原油需求；同

时，欧佩克和非欧佩克可能延长减产协议的预期也支撑着国际油价走稳。

根据定价机制，本轮成品油调价周期将于9月15日24时开启。9月13日是本轮调价周期内第8个工作日。新华社石油价格系统9月13日发布的数据显示，9月12日一揽子原油平均价格变化率为5.01%。9月15日24时成品油调价窗口开启时，预计汽、柴油调价将迎来每吨80至100元幅度的上调，折合92号汽油每升上调0.06至0.08元，0号柴油每升上调0.07至0.09元。

部分能源研究机构对此次调价幅度的预测则更保守。9月13日安迅思发布的变化率指数为4.88%，对应成品油调价幅度为每吨55元，折合升价约0.05元。

安迅思认为，按照当前的原油价格测算，本轮成品油价

格上调幅度在每吨50元的门槛线上方。如果接下来两个交易日，国际油价走势平稳，成品油价格将迎来年内第七次上调，但仍存在调价搁浅的可能性。

记者近期调查发现，随着市场化改革步伐推进，如今我国成品油调价已成为常态，调价频率加快、幅度波动温和，车主们对调价的敏感度也在降低，涨价前排队加油现象减少许多。

如果提前获知涨价信息，在上海做生意的私家车主孙先生愿意提前加油，但如果要排队等待的话，他的积极性可能就不大了。“为省几块钱去排队，不值得。”他说。

对于出租车车主孙师傅来说，一天油费开支接近两百元，除了固定的“份子钱”外，油费是最大的成本。即便如此，他也不大太乐意在涨价前特意排队去加油。“与其排队等着加油，

还不如去接一单生意。”

中石化长隆加油站位于上海市宝山区长江西路，加油站站长倪慧慧说，现在私家车、出租车在涨价前排队加油的情况越来越少，不过，集卡车司机对油价仍比较敏感。“大型集装箱货车加满一箱油380升，就算每升省五分钱，算下来也省了16块，够一顿饭钱了。”

本轮调价周期是今年我国第18轮成品油调价。今年以来，我国成品油价格已经历了六次上调、六次下调、五次搁浅。总体而言，成品油价格跌多涨少，汽、柴油价格累计分别下跌每吨355元和340元。

以上海地区国五标准92号汽油为例，目前的价格是每升6.17元，年初的价格是6.45元。如果按私家车60升的油箱来算，现在加满一箱油约比年初便宜16.8元。

据新华社电

“全面屏”渐成主流 手机市场争夺战再起

北京时间13日凌晨苹果公司发布多款新品，其中“全面屏”“人脸解锁”“无线充电”等引人注目。

近来，全球各大手机厂商密集发布旗舰机型抢占市场份额，打响了今年手机市场激烈的争夺战。这当中，“全面屏”技术在今年得到推广，除了苹果外，三星、小米、VIVO、LG等已发布或即将发布“全面屏”手机。

所谓“全面屏”，即手机的正

面是屏幕，四个边框位置采用无边框或超窄边框设计，追求更高的屏占比。目前发布的“全面屏”手机中屏占比多数在80%以上，有的甚至超过90%，对于消费者而言，这大幅提高了手机的视觉体验，看上去科技感十足。

一段时间以来，“全面屏”的设计改款也是各手机厂商的重头戏。在苹果发布会的前一天，小米公司在京发布了第二代“全面屏”手机“小米Mix2”。

小米科技董事长雷军表示，“全面屏”正成为手机设计的主流方向，但目前仍存在产能挑战。

业内人士解释，“全面屏”手机由于存在设计以及制造工艺上的难点导致成本大幅增加，比如听筒、前置摄像头的位置，以及如何解决正面指纹识别等都是要解决的问题，产品售价要比普通手机高不少。

长城证券分析师周伟佳认为，2017年全球智能手机生产

总量预计达13.9亿部，智能手机标配向轻薄化、高像素化、大内存化等发展。目前各大厂商瞄准“全面屏”，预计这将成为引领智能手机市场的新潮流。

此次苹果手机发布另一个受消费者关注的是价格问题。按照苹果公司公布的价格，64G和256G版本的iPhone X价格分别达人民币8388元和9688元，超过了不少笔记本电脑的价格。 据新华社电