

资管新规过渡期将于今年底结束——

“净值型”理财普及率咋样了？

王俊岭 李晓舒

截至8月31日，上市银行全部披露了2021年上半年业绩报告。其中，理财业务的结构和变化趋势备受关注。从多家大型银行的半年报来看，理财业务发展稳中有进，“净值型”理财产品占比显著提高，前些年火爆一时、具有刚性兑付属性的“预期收益型”产品则逐渐淡出。

专家表示，延长后的资管新规过渡期将在今年底结束，随着行业制度规范不断完善，理财行业的定位将更加清晰，理财市场也将在为实体经济提供更有力的支撑的同时，更好地回报社会。

净值型产品已成主流

“你不理财，财不理你”是很多人打理闲钱时的出发点。2018年，中国人民银行、银保监会等部门发布《关于规范金融机构资产管理业务的指导意见》（通常称“资管新规”），明确了打破刚性兑付等一系列改革方向。在此之前，银行理财产品大多是约定时间、约定收益的“预期收益型”产品。资管新规发布后，不承诺固定收益、随行就市的净值型理财产品占比开始上升。

从各大银行披露的半年报看，目前净值型产品已经成为主流。其中，交通银行半年报显示，交通银行建立“沃德优选”理财品牌，打造细分客群专享理财体系，推进理财产品净值化转型，理财产品规模持续增长，截至今年上半年，交通银行净值型产品规模8210.11亿元，在集团表外理财产品中的占比高达71.32%，较上年末提升9.74个百分点。宁波银行半年报显示，截至今年6月末，宁银理财管理的理财产品余额为2831亿元，其中净值型产品规模为2335亿元，较上年末增长351亿元，占比78.9%，较上年末上升10.1%。光大银行在半年报中称，光大银行“七彩阳光”净值型产品体系日益丰富，产品规模达6639.2亿元，占比75.69%。

与此同时，券商理财加速向净值化转型。华泰证券针对不同期限及风险偏好的客户推出了“日享添益”“月享添益”“双季添益”等增值理财产品，通过每日实时更新净值及收益，代替原有的预期收益型产品。该公司提供的数据显示，截至6月底，该公司从业人员中投资顾问占比超过32%，基金投资顾问业务客户数量超过18万，金融产品销售业务规模稳步增长。

8月13日，银行业理财登记托管中心发布的《中国银行业理财市场半年报告(2021年上)》显示，截至今年6月底，理财产品存续规模达25.8万亿元，同比增长5.37%，上半年累计为投资者创造收益4137.51亿元。其中，净值型理财产品存续规模20.39万亿元，占比近八成，同比提高23.9个百分点；保本型产品持续压降，截至6月底存续余额0.15万亿元，同比减少90.68%；开放式产品规模及占比不断上升，募集资金同比增长10.09%。

投资者心态更趋理性

净值型理财产品快速增长的背后，是投资者心态更加趋于理性。

山西省大同市居民谢晓宁之前一直在银行进行定期存款或者购买国债，理财求稳。最近，她刚买了晋商银行一款净值理财产品。“年化收益率大概在4%，收益比银行定期存款高，风险比传统的基金相对低一些。净值型理财产品是‘非保本浮动收益’产品，我们做好了短期之内浮亏的心理准备。毕竟，投资是一个放眼长远的事，要用平常心看待。”谢晓宁说。

上海居民韩飞扬平时十分关注理财市场的变化。在他看来，净值化理财产品是大势所趋。“一方面，相对此前‘预期收益型’的保本理财产品，净值型理财的波动更加市场化，风险表现更贴近实际，更考验投资者的理财经验和知识积累；另一方面，净值型理财在底层资产流向、风险提示、风险等级等信息披露上更充分，从‘PR1’到‘PR5’的风险评级也更利于投资者做出合理选择。因此，净值型理财机遇与挑战并存。”他说。



湖南省郴州市嘉禾县近期开展“金融知识进乡村”活动，向村民群众宣传理财等金融知识。图为在嘉禾县龙潭镇霞塘村，农商银行工作人员向村民宣传金融知识。黄春涛摄（人民视觉）

日前中国工商银行四川南充分行“流动汽车银行”巴士开进了南充市顺庆区一建筑工地，向农民工普及理财等金融知识。

李向雨摄（人民视觉）

家住山东潍坊的李钰最近看中了中国银行旗下中银理财一款开放净值型产品，风险等级是PR2。她说，虽然收益低了一些，但过去6个月的净值变化总体比较稳定，适合自己这样的“入门级”选手。李钰认为，合理规划选择一款适合自己的理财产品十分重要。“既然想着投资获取收益，就必然需要承担风险，做好各种心理准备。”

招联金融首席研究员董希淼表示，我国银行理财发展时间短，投资者专业素质和风险承受能力一般，需要开展形式多样的投资者教育活动。特别是银行理财发展与投资者需求之间还有差距。下一步，要从提升国民金融能力的高度出发，提升投资者教育的针对性和有效性，坚决打破刚性兑付，实现“卖者尽责”与“买者自负”有机统一，推动银行理财健康可持续发展。

未来仍需稳健发展

在供给端，各大金融机构都把做好净值型理财产品作为实现自身业务高质量发展的重要发力点。

中国建设银行副行长纪志宏表示，资管新规的实施，有力促进了商业银行理财业务的健康可持续发展。建设银行严格遵循监管导向，积极推进理财业务转型，大力发展净值型产品，不断优化资产结构，存量理财整改的相关进度符合或超出预期。同时，建设银行持续推进集团资产管理新体系建设，强化资产配置、渠道销售、投资研究、风险管理等重点工作，加快资产管理业务模式转型与创新，努力打造新的业务发展支柱。

“建信理财作为承接集团理财业务的主要载体，开业两年多来，资产规模快速增长，盈利能力持续增强。截至今年6月末，建信理财管理产品700只，均为符合新规的净值型产品；产品余额9463亿元，较年初增长2493亿

元。”纪志宏说，下一步，建设银行将继续有序推进存量业务整改工作，回归资管业务本源，实现产品错位布局，不断丰富产品线，加强自主投资能力，持续拓展核心客群，全方位满足客户投资理财需求。

光大理财董事长张旭阳表示，光大理财采取三种策略促进净值型理财产品发展：一是使用不同颜色标识投向产品的曲线，提升投资者对不同理财产品的辨识度；二是将强化弹性资产的投研能力建设，努力形成有别于传统公募基金的投资一体化、产投一体化投研框架；三是继续从企业成长中获得创造价值，发挥光大银行公司业务与光大理财、投行、资管联动的优势，为投资者创造长期可持续投资回报。

值得注意的是，目前投资者更倾向于净值产品中的短期产品。

在南京从事传媒行业的吴越亮把自己定位为“平衡偏激进型”的投资者，平时投资主要是基金和股票，其次才是银行的各种理财产品。“净值型理财产品不约定收益，这意味着收益的不确定性增强了。所以我在选择理财产品时，更倾向于投6个月以下的，以便自己后期转投。”吴越亮说。

“要看到，大众对理财‘保本保息’的心理预期依然较强，更偏好短期产品，同时在资管新规要求下，银行理财需要募集更长期限资金以匹配投资端。”光大证券金融业务首席分析师王一峰说，理财公司也需要一定的时间来理顺运行模式、改进激励机制、积累投资经验、完善产品布局。

国家金融与发展实验室副主任曾刚表示，随着资管新规的过渡期临近结束以及行业制度规范的不断完善，理财行业的定位将更加清晰，整个资管市场的竞争格局也将在调整中进入全新的发展阶段。在理财方面，银行业进一步与其他领域资管机构的合作，将成为重要的发展方向。

包装层数过多、空隙率过大、过于豪华……不少消费者反映，目前市场上部分食品和化妆品企业还存在包装过度、不环保、不节约的情况，超出了包装本身的基本功能。针对此现象，国家市场监督管理总局日前发布新修订的《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》强制性国家标准，将于2023年9月起实施。

严格限定包装层数

“我最近在网上一支眉笔，昨天去拿快递，发现包装层数比产品本身大出3倍不止，缝隙处填满了泡泡纸、气泡塑料袋，简直是里三层、外三层。”北京姑娘小陈是个小有名气的美妆博主，她告诉记者，自己购买的许多化妆品存在过度包装问题，一些商家包装盒做得比产品还精美，扔了觉得可惜，不扔却又占地、浪费资源。

“据研究表明，我国包装废弃物占城市生活垃圾的30%至40%，在这些包装废弃物中，大部分是过度包装产生的。可以看出，商品过度包装既浪费了资源能源，又增加了消费者负担，产生的包装废弃物更是对环境造成了污染。”国家市场监督管理总局标准技术司副司长陈洪俊说，“新标准有利于引导绿色生产和消费，也有利于实现有效监管。”

陈洪俊介绍，新标准规定了包装空隙率、包装层数和包装成本要求，以及相应的计算、检测和判定方法。具体内容包括：规范了31类食品、16类化妆品的包装要求；极大地简化了商品过度包装的判定方法，消费者只需要查看商品本身的重量或体积，并测量最外层包装的体积，通过计算就可以初步判定商品是否存在过度包装问题；严格限定了包装层数要求，食品中的粮食及其加工品不应超过三层包装，其他食品和化妆品不应超过四层包装。

“一看、二问、三算”

购买产品时，消费者如何快速判断是否存在过度包装？

国家市场监督管理总局标准技术司副司长魏宏介绍，消费者一般可以通过“一看、二问、三算”，判断商品是否属于过度包装。“一看”，就是要看商品的外包装是否为豪华包装，包装材料是否属于昂贵的材质；“二问”，就是在不拆开包装的情况下，问清包装层数，判断粮食及其加工品的包装是否超过了三层，其他类食品及化妆品包装是否超过了四层；“三算”，就是要测量或估算外包装的体积，并与允许的最大外包装体积进行对比，看是否超标。“以上三方面，只要一个不过关，就可以初步判定为不符合标准要求。”魏宏说，“从绿色环保的角度，我们建议消费者要避免选购过度包装的商品。”

设置2年过渡期

陈洪俊介绍，考虑到新标准发布后，食品和化妆品生产企业需要根据新标准要求，对产品包装进行合规性设计，同时需要消耗库存包装以及待售商品，尤其是化妆品类商品保质期长，流通环节消耗周期也相对较长。为避免对生产经营活动造成影响，产生新的浪费，在广泛征求有关产业部门、行业协会和企业意见的基础上，设置了2年的实施过渡期。

目前，食品和化妆品企业需要开展标准的宣传贯彻培训，让设计、研发和生产人员更深入地了解标准技术内容；根据标准要求，对产品包装进行合规性设计，并尽快生产投入使用；加快消耗库存包装和已进入市场的商品，确保过渡期后生产及销售的产品符合标准。

根据《标准化法》第二十五条，不符合强制性标准的产品、服务，不得生产、销售、进口或提供。过渡期后，市场上不允许再生产和销售不符合新标准的食品和化妆品。“我们呼吁企业在过渡期内尽快整改达标。同时，我们也呼吁消费者尽量不选购过度包装的商品，以自身行动践行绿色低碳消费理念。”陈洪俊说。

限制食品、化妆品过度包装迎来新国标——

拒绝『里三层、外三层』的包装

本报记者 孔德晨



“深海一号”大气田全面投产

本报北京电（记者李婕）记者9月6日从中国海洋石油集团有限公司获悉，当日，随着东区最后一口生产井成功开井，中国首个自营超深水大气田——“深海一号”大气田实现全面投产。

“深海一号”大气田距海南省三亚市150公里，于2014年勘探发现，天然气探明地质储量超千亿立方米，最大水深超过1500米，最大井深达4000米以上，是中国迄今为止自主发现的水深最深、勘探开发难度最大的海上超深水气田。气田投产后每年将向粤港澳大湾区和海南等地稳定供应深海天然气超30亿立方米，对保障国家能源安全、带动周边区域经济发展和能源

结构转型升级具有重要意义。

“深海一号”大气田开发工程项目组总经理尤学刚介绍，气田由东区和西区两部分组成，采用“半潜式生产平台+水下生产系统+海底管线”模式开发，并首创源站立柱储油技术存储深海天然气中分离出的凝析油。中国海油综合考虑施工工期、水下生产系统能力等各种因素，在气田东西区共部署了11口开发井，于今年6月25日先期投产西区，以实现气田的快速、高效开发。

据悉，“深海一号”大气田的全面投产将带动周边陵水25-1等新的深水气田开发，形成气田群。



在海南陵水海域拍摄的“深海一号”大气田。新华社记者 蒲晓旭摄



徐 骏作（新华社发）