

宅家看直播，交易更活跃，线上理财火——

在线理财，为啥走俏？

本报记者 孔德晨



▲腾讯理财通日前发布的《90后理财与消费报告》显示，越来越多的年轻人更喜欢通过互联网理财，84.5%的“90后”选择了互联网平台，远远高出选择银行等传统理财渠道的比例。徐骏作（新华社发）

近期线上理财格外火爆

“今天收益70多元，还不错。”最近，北京上班族小刘多了一个习惯，就是每天早上打开支付宝看收益。“我以前没有买过基金，最多也就是把闲钱放在余额宝里，每天有六、七元钱的收益。”小刘说，“最近周围很多同事和同学在买基金和理财，我有点心动，就跟风‘上了车’。”

小刘表示，过去她有闲钱就存定期储蓄，利率虽然稳定但是收益较低。“我平时上班也挺忙的，没太多时间和心思琢磨理财，但是这段时间经常在家，我开始研究理财了。”小刘笑道，“没想到现在理财这么方便，在支付宝上直接就可以买。”

数据显示，今年春节后支付宝上理财用户交易活跃度明显提高，持仓访问量和市场资讯访问量较节前都有一倍的增长。“我们发现，不少用户在防疫期间不能出门也没法消费，会选择把资金转去做一些稳健型的理财。”蚂蚁财富运营负责人介绍，近期推出一些收益在4%以上的定期产品，每天上架后很快销售一空，销量增长超过100%，“这也反映了疫情之下，用户在投资方面更求稳。”

江苏徐州的张女士是一位理财老手，她向记者介绍，过去买理财都要去银行柜台买，既耗时间，效率也不够高。“理财产品越来越普遍是近几年的事情。”张女士说，“以前大家去银行也就是存一下定期，专门买理财产品的人不多。这几年，银行把理财搬到了线上，既提高了知名度和透明度，也提高了便捷度。”

▲中国农业银行福建分行把服务重心向移动化和智能化转移，为客户提供方便、快捷的金融服务。图为农行福建晋江支行员工通过“超级柜台”为客户办理业务。梁志强摄（人民视觉）

银行把理财从线下柜台搬到自家线上已经有一段时间，而最近的一个变化是，大量来自不同银行的理财产品集中入驻第三方平台，引发了新一轮购买理财、基金产品的热潮。比如，2月18日起，包括工行、农行在内的30家金融机构把自家的近百只爆款存款、基金产品等搬上了支付宝“理财周”，用户只需打开支付宝，就能“买买买”，满足了投资理财的多样化需求。相关数据显示，支付宝通过与300余家机构合作推出1000多款理财产品，针对不同风险承受能力的投资者推出定期、基金、黄金等理财产品，风险类型从低到高分为5档，目前已积聚了超过6亿人的用户群体。

京东财富管理业务负责人介绍，防疫期间，京东金融平台基金申购交易量持续处于高位。“用户资产配置中权益类基金占比明显上升。以新发基金为例，新基金募集出现火爆的势头，大大超出以往的表现，仅单日基金募集量就比过去增长20倍。”该负责人介绍，京东金融平台在这段时间与金融机构深度合作，为投资者重点推荐市场认可的明星基金经理和产品；同时在此期间不断优化用户体验，让用户足不出户，宅在家里，也能享受稳健、安心的投资理财体验。

防疫期间，许多人宅在家里，在线理财悄悄火了起来。近日，支付宝公布数据显示，平台存款理财产品销售增长超100%，基金申购交易日均增长400%，多款在线月度理财产品销售出现“秒空”格局，理财直播也受到广泛追捧。线上理财出现了哪些新趋势？是暂时现象还是今后的主流？



“像追剧一样追理财直播”

打开支付宝首页，进入“理财周”界面，不仅有稳健的长期理财产品可选购，也有收益率较高的基金和大行定期存款供消费者挑选。而年化率在4.7%左右的长期保险类理财产品已经卖空，足见消费者的热情。

据了解，近期在线理财产品纷纷“秒光”的背后，还有一个重要因素，那就是在线推荐理财产品的方式方法有新变化，理财直播吸引了更多用户。

刚刚工作一年半的“95后”小李已形成理财习惯。小李介绍，过去自己对理财产品一窍不通，买起来也一头雾水，首页推荐什么就买什么。自从支付宝开启了“理财周”，几乎每天都有理财教学直播，小李对理财的认知每天都在刷新。“我现在像追剧一样追理财直播。”小李笑着说，“这大大提升了我理财的能力，也对市场有了更全面的认知。”

来自支付宝的数据显示，春节至今，有百万人次在支付宝里观看了理财直播，人

数较节前增长了63.8%，广东、浙江、江苏的用户积极性最高。“90后”是观看理财直播的主力军，占到近四成；近13%的直播观众是中老年，他们学习理财知识的热情同样高涨。

投资理财缺乏专业知识，上当受骗是一些老年人理财最担心的问题。年近70岁的陈阿姨表示，老年人也应跟上时代潮流，看直播买理财能帮助自己更好地合理利用退休金，获取稳健的收益。“我是在我女儿的带动下看了支付宝的理财直播。”陈阿姨说，“听专家教授理财知识，自己买理财也更有底。有时候我也会在互动时间向专家咨询问题，专家都会认真回复。”

京东财富管理业务负责人表示，下一步，京东金融平台将根据用户特性，持续优化用户体验，并结合当下流行的直播等手段，与金融机构合作，不断丰富投教内容，提供专业的投资品类。

国家金融与发展实验室副主任曾刚表示，理财投资从线下向线上的转移是机构顺应用户消费习惯变化而进行的必要调整。

“支付宝就像是线上的王府井，微信、京东等其他平台就类似线上的西单、国贸。”曾

刚认为，机构入驻平台有利于在机构、用户和平台之间形成良好的生态关系，三方共赢发展。流量平台为机构赋能，提升客户满意度；机构通过平台拓宽销售渠道，降低线下消耗的人力成本，更好跟随用户的需求变化；平台能通过多元机构的入驻形成更为完善的生态系统，形成新的经济增长点，用户需求在此过程中得到更好的满足。而理财直播的新手段，也拉近了各方距离。

金融服务线上化趋势明显

“与其说在线理财成为必然趋势，不如说金融服务的现代化和线上化趋势是非常明显的，未来将会成为主流。”针对支付宝掀起的在线理财小高潮，曾刚认为，银行等机构入驻第三方平台并非新鲜事，也符合整个行业的发展变化态势。“过去人们不太习惯频繁登陆银行网页或APP查看最新的理财产品信息，因此，线上流量多的人口成为银行类机构的潜在销售渠道。以支付宝为代表的第三方平台就具有流量优势。”

曾刚指出，金融科技平台和银行等机构之间呈现一种互补合作关系，而且这种关系会越来越明显。以支付宝和银行为例，支付宝平台拓展了银行在互联网端的销售能力，与此同时，支付宝也能够在合作中充分发挥平台流量优势。

但是，在线理财也存在一些短板。曾刚表示，在线理财最大不足就在于管理的规范和权责的划分问题。他指出，过去线下销售在形式上能做到很合规，对消费者的保护是到位的，出现问题纠纷时比较好解决，而线上理财在消费者保护和未来权责确认问题方面仍需加强。“因为越来越多的产品在线上销售，但银行与消费者不见面，银行怎么知道卖的产品是适合客户的？同时，银行也不能确定客户是否了解产品背后的风险收益特征。”曾刚说。

去年底，银保监会、中国人民银行发布了《关于规范现金管理类理财产品管理有关事项的通知（征求意见稿）》。《通知》指出，商业银行、银行理财子公司销售现金管理类理财产品，应当加强投资者适当性管理，向投资者充分披露信息和揭示风险，不得宣传或者承诺保本保收益，不得夸大或者片面宣传现金管理类产品的投资收益或者过往业绩。商业银行、银行理财子公司应当根据现金管理类产品的业务性质和风险特征，建立健全现金管理类产品的业务管理制度，制定和实施相应的风险管理政策和程序，确保持续有效地识别、计量、监测和控制相关业务的各类风险，确保现金管理类理财产品管理规模与自身的人员储备、投研和客户服务能力、风险管理和内部控制水平相匹配。

曾刚认为，下一步机构应更好地规范线上理财销售的过程，在保护消费者权益方面权责要明晰。“机构和平台顺应了消费者理财行为变化的同时，监管层面也需要相对应的系统监管规则，为业务的健康发展创造更好条件。”

对于投资者个人，支付宝财富事业群总监张宇建议采取“一稳二分三期限”策略。具体来说，“一稳”指投资理财要眼见为实，一切落实到书面合同上；“二分”指投资者要根据不同的投资偏好对资金进行分拨，兼顾不同收益率；“三期限”则指要把所有投资按期限划分为三类，留足活期或流动性资金以备不时之需。

弃风限电状况得到缓解——

风电年发电量突破4000亿千瓦时

本报记者 丁怡婷

国家能源局近日发布2019年风电和光伏发电并网运行情况。据行业统计，2019年全国风电发电量4057亿千瓦时，首次突破4000亿千瓦时，占全部发电量的5.5%。4057亿千瓦时什么概念？约相当于4个三峡电站2019年的发电量。

截至去年底，全国风电累计装机2.1亿千瓦，其中陆上风电累计装机2.04亿千瓦、海上风电累计装机593万千瓦，风电装机占全部发电装机的10.4%。2019年，全国风电平均利用小时数2082小时，

平均利用小时数较高的地区是云南、福建、四川、广西和黑龙江。

2019年弃风限电状况进一步得到缓解。弃风电量169亿千瓦时，平均弃风率4%，同比下降3个百分点。弃风率超过5%的地区是新疆（14%）、甘肃（7.6%）和内蒙古（7.1%）。三省（区）弃风电量合计136亿千瓦时，占全国弃风电量的81%。

光伏发电方面，2019年全国光伏发电量达2243亿千瓦时，同比增长26.3%。

新增光伏发电装机3011万千瓦，同比下降31.6%。尽管同比有所下降，中国新增和累计光伏装机容量仍继续保持全球第一。

2019年弃光电量46亿千瓦时，弃光率降至2%，同比下降1个百分点。从重点区域看，光伏消纳问题主要出现在西北地区，弃光电量占全国的87%，弃光率同比下降2.3个百分点至5.9%。华北、东北、华南地区弃光率分别为0.8%、0.4%、0.2%，华东、华中无弃光。从重点省份看，西藏、新疆、甘肃弃光率分别为24.1%、7.4%、4.0%，同比下降19.5、8.2和5.6个百分点；青海受新能源装机大幅增加、负荷下降等因素影响，弃光率提高至7.2%，同比提高2.5个百分点。

中国光伏行业协会副理事长王勃华介绍，在海外市场拉动下，2019年中国光伏产品出口额207.8亿美元，同比增长29%，创历史新高，仅次于2011年的221亿美元。其中，硅片、电池片、组件出口量均超过2018年，创历史新高。

国家统计局近日发布的数据显示，2019年全国天然气、水电、核电、风电等清洁能源消费量占能源消费总量的23.4%，上升1.3个百分点。

▲近年来，云南省曲靖市罗平县大力推进风电产业发展，加快工业经济转型升级。图为3月1日拍摄的罗平风电一期工程。毛虹摄（人民视觉）



▲日前，张家口崇礼区万龙、太舞、银河三家滑雪场开始阶段性有限开放。图为滑雪爱好者在太舞滑雪场。武殿森摄（人民视觉）

雪季精彩 未完待续

崇礼滑雪场“有限”开放

本报记者 季芳

北京的朱先生这两天在忙着准备自己的滑雪服和滑雪板。近日，张家口崇礼部分滑雪场重新开放的消息传来，他在当天就进行了线上预约，希望能够重上雪道，体验滑雪的乐趣。

此次宣布重启雪季的是太舞滑雪小镇、万龙滑雪场、密苑云顶乐园和翠云山银河等滑雪场。几家滑雪场此前均经过了严格检验，并制定了详细的管理措施，近日开始进行部分区域的重新开放。据了解，在疫情防控期间，几家滑雪场都将采用预约滑雪的方式，提前预约的雪友需要在得到确认通知后，才能到前台办理住宿和滑雪手续。

尽管要求严格，但滑雪场重新开放的消息一出，就得到了广大雪友的积极响应。太舞滑雪小镇在官方微信公众号推出了“雪季再续”的消息，不到半小时阅读量“破万”，更有不少雪友在评论区留言，咨询预约要求。

据悉，在重新开放期间，几家滑雪场仍将以做好疫情防控为首要条件。据太舞滑雪小镇相关负责人

介绍，雪场将坚持以雪友的健康和安全为重，采取多种安全保障措施。工作人员每天将在酒店、餐厅、滑雪服务大厅、缆车等区域进行2次以上的消毒和通风，滑雪服务大厅和酒店前台还配备了免洗消毒液，供雪友使用。而在同样备受雪友关注的万龙滑雪场，原则上只保留一条进入雪场的通道，对入场游客要进行体温检测和登记，出入口还设置了公告牌，提醒游客滑雪场开放相关要求等。

据了解，此前在崇礼各大滑雪场停业期间，当地迎来了多次降雪，各雪场也一直在不间断地对雪道、缆车和服务设施进行维护保养。当地政府还出台了减免税费、水电补贴等7项具体措施，帮助各滑雪场共渡难关。

“我们从春节开始就没有放假，部分工作人员在坚守岗位，压雪车每日出动，还增加了专门人员进行消毒作业。”太舞滑雪小镇相关负责人表示，雪场一直在为重新开业做准备，阔别了许久的雪季终于重启。

