# 2024年第三季度商业银行理财产品报告

来源：网络 作者：逝水流年 更新时间：2024-09-10

*第一篇：2024年第三季度商业银行理财产品报告2024 年第三季度商业银行理财产品报告（产品篇）年第三季度商业银行理财产品报告（产品篇）来自西南财大信托与理财研究所《2024 中国金融理财报告》认为，从 2024 年开始，中国理财市场就已...*

**第一篇：2024年第三季度商业银行理财产品报告**

2024 年第三季度商业银行理财产品报告（产品篇）年第三季度商业银行理财产品报告（产品篇）

来自西南财大信托与理财研究所

《2024 中国金融理财报告》认为，从 2024 年开始，中国理财市场就已进入发展的黄金 10 年之中。虽然资本市场继续深幅下跌，一些理财 产品也纷纷受牵累，但依然没有阻碍商业银行理财业务的飞速发展，产品类型数量有增无减。图片作者：南山／CFP

信贷类理财产品

●信贷类理财产品走稳健路线 信贷类理财产品走稳健路线 本季度信贷产品在信用主体的选择上表现出了比较稳健的趋势，各银行均倾向选择信用等级比较高的信用主体。例如：中国国电集团公司、中粮集团公司、中国铁通集团有限公司、中国核工业建设集团公司等国有垄断企业多次出现在各银行产品的信 贷借款人名单上；此外相当数量产品的借款人为各市政建设公司；另有部分产品的借款人为各省交通厅、公路局，其贷款多用于公路建设； 此外还有不少产品的借款人为各能源企业，甚至是高等院校。另外信用主体为一般企业的产品也倾向于选择中国前 500 强企业作借款人，或者购买这些企业相应的信贷资产。但是仍然有少量信贷产品的风险相对以上产品比较高：7 月份招商银行曾经发行过一款投资上汽通用 汽车金融有限责任公司的信贷资产包的产品，收益来源为回购的溢价。这种信贷产品的风险比较高的原因是其投资的并非银行的信贷资产，而是金融公司的信贷资产，信贷资产包的质量难以评价。当然，产品的到期收益取决于上汽金融回购信贷资产包的溢价，这等于把信贷资 产包的风险转移回了上汽金融。●“担保叫停 虚虚实实，信用主体选择更为多样 担保叫停”虚虚实实 担保叫停 虚虚实实，在担保方面，传闻中的“窗口指导”并未对本季度的信贷产品的发行造成多大影响。国家开发银行仍然对一些产品提供担保，而且国家开发 银行提供的担保成为了最主要的担保方式。同时，其他的各种担保形式也相继出现：信用主体或关联企业以信用、实物、股权、土地使用 权等进行担保，商业银行以提供备用贷款的方式进行担保，某些政府机构也以信用担保了部分产品。就担保的情况来看，能够获得国家开 发银行提供担保的产品多数为各市政建设公司的基础设施建设贷款，获得相关公司提供的信用担保的信贷产品也比较多。产品投资方向上，相当数量产品不透露具体的信贷资产借款人。另在透露借款人的产品多数是单一借款人，这在发放新贷款的产品上表现 的特别明显，而购买已有信贷资产的产品中部分产品购买的是一个信贷资产组合。

招商银行也有将一笔信贷资产拆分为多个产品在不同的 地区发售的做法。也有某些企业同时通过多个银行发行产品筹集资金，例如中国国电集团公司在 8 月同时出现于建设银行、光大银行和民 生银行信贷资产理财产品的借款人名单上。●“双率 下调对信贷资产类银行理财产品影响不大 双率”下调对信贷资产类银行理财产品影响不大 双率 中国人民银行 9 月 16 日起下调了贷款基准利率和存款准备金率，贷款基准利率和信贷资产理财产品关系密切，此次调整将 6 个月贷款基准 利率下降 0.36%到 6.21%，1 年贷款基准利率下降 0.27%到 7.20%，而相应期限的信贷资产理财产品的收益率在 4.90%和 5.80%左右。下调 之后贷款基准利率和理财产品收益率之间的差值仍然比较大，对新发信贷资产理财产品的收益率影响不大。这次贷款利率下调对已经发行的产品造成了一定影响，北京银行有多款产品在贷款利率下调后由于借款人提前还款而提前终止，这可能是 由于产品发行时贷给借款人的是固定利率贷款，借款企业在利率下降后决定提前偿还高息贷款并借入低息贷款以减少成本。虽然目前仅有 北京银行的产品发生这种现象，但是这表明其他银行的同类理财产品也可能提前终止，持有这类理财产品的投资者应该注意自己持有的产 品是否已经提前终止。目前，国内银行最大的利润来源为存贷利差，贷款利率降低意味着银行收入减少，银行以减少信贷资产理财产品收益率来获得更多的收入 也并非不可能。因此，下调贷款基准利率对信贷理财产品的长期影响如何仍然有待观察。●两款特别的产品 两款特别的产品 东亚银行于本季度也首次发行了信贷产品，也是外资银行与国内信托公司在理财产品上的首次合作。外资银行与信托公司的合作未来可能 有更大的进展，通过信托公司，外资银行可以明显地扩大其产品线，使得其在人民币理财市场上具有更大的竞争力。本季度还有一款带有公益性质的信贷产品：招商银行发行的信贷资产爱心系列理财产品将以理财产品的名义，把相当于 1.2%本金的收益捐 赠给中国宋庆龄基金会，用于“5.12”四川地震灾区的学校援建项目。●信贷类理财产品投资建议 信贷类理财产品投资建议 信贷类理财产品 对于有意购买信贷产品的投资者来讲产品借款人的信用等级或经营状况应该是优先考虑的目标，若有多款产品可供选择，则首先应该尽量 选择高信用等级借款人（例如国有垄断性企业）的产品以及由国家开发银行提供担保的产品，这样的产品到期按时足额偿还的能力最强。其次是贷款人为优秀企业或者有这类企业信用担保的产品

品，再次为一般产品。需要注意：有担保的产品数量相当少，可遇而不可求，因此 借款企业的信用等级和经营状况的因素更加重要。其次是再投资风险，一般信贷产品都可能由于企业提前还款导致产品提前终止，这使得投资者面临再投资困难，打乱投资者的理财计划。产生这种风险的原因很多，可能是因为贷款利率下降，企业提前偿还高利率贷款借入低利率贷款，也可能是企业资金周转的问题。再投资 风险难以估计，只能予以注意而无法避免。不过，目前已经提前终止的产品均因为企业提前全额还款造成，而且银行按产品预期年化收益 率支付了收益。这种情况下，若将较长期限的原产品看成更短期限但同样年收益率的产品，从这个角度来看，虽然已经面临再投资困难，

但投资者在短期内获得了更多收益。投资者若遇到产品提前终止，可以考虑投资一些期限比较短的票据类理财产品。另外，招商银行发行一些收益随贷款利率浮动的信贷资产理财产品，这些产品的预期年化收益率一般将随中国人民银行 1 至 3 年人民币贷 款利率进行调整，调整方式为：预期年化收益率=产品在贷款利率不变情况下的收益率＋（利率调整后的 1 至 3 年人民币贷款利率－产品成 立日的 1 至 3 年人民币贷款利率）即产品收益率会随贷款利率的升降而升降。投资者购买这类产品的时候应该注意可能由此带来收益的波 动。不过，由于产品对应的贷款为浮动利率，企业因为贷款利率下降而提前还款导致产品提前终止的风险在这类产品上可以基本避免。

外币理财

●美元产品依然受青睐 美元产品依然受青睐 从外币理财产品的投资币种来看，美元产品依然较受市场青睐，也是目前外币理财市场的主流投资币种。本季度，美元产品发行了 147 款，占比 45%；澳元产品 75 款，占比 23%；其余，30%理财产品被欧元、港币平分天下；另外还有英镑以及日元产品占比 2%。●短期外币理财产品受宠 短期外币理财产品受宠近期股票、基金等金融市场投资价值大幅跳水，原油、黄金等商品市场价格宽幅震荡，未来经济的不确定性加大，使得短期理财产品更受 市场青睐，本季度 6 个月期以下的短期产品发行了 234 款，在外币理财产品中的市场占比也稳步攀升，从 7 月的 60.63%上升至 9 月的 68.35%，上升势头明显。可喜的是在外币理财产品流动性趋好的同时，产品的收益也较有保证，本季度保本型外币理财产品市场占有率高达九成，其中保证收益型 产品市场占有率 74%，保本浮动收益型理财产品市场占有率 16%。本季度以来，除美元产品年收益率从 7 月份的 5.14%下降至 9 月的 4.53%水

平，率略有下滑外，其他投资币种的产品收益率情况较为平稳，欧元产品收益率持平于 6.23%上下，港币产品收益率浮动于 4.00%左右，澳元产品收益率波动于 8%两侧。除五成产品未透露其投资对象外，另五成产品主要投资于债券与货币市场，包括外汇货币市场以及金融衍生工具，外币债券市场，以及结构性产品挂钩于指数、利率以及基 金等。●外币理财产品投资建议 外币理财产品投资建议 持有外币的保守型投资者，可以选择如中国光大银行的“阳光理财”A 计划系列，中国银行“汇聚宝”期限可变产品系列，招商银行“安心回 报”系列等，都是保证收益型外币理财产品，收益也较为稳健。激进型的投资者可以选择结构型的理财产品，结构型理财产品虽然“负面” 消息较多，但如果产品设计得当，实现收益的利润也往往高于保证收益型产品。从投资回报来看，澳元产品的收益至今一直领先于其他外币理财产品，九月份发行的澳元产品平均年化收益为 8.56%，高额的回报也足以 让其“澳视群雄” 这一点也反映在澳元产品的理财需求上，本季度的 7 月至 9 月间，澳元产品的发行量一直稳居第二，仅次于美元。虽然 9 月 2 日澳联储如期实行了降息，隔夜现金目标利率下调 25 个基点，至 7.0%，但是低息货币与高息货币如澳元等货币之间的高低息 差，在短期内是无法消除或者大距离缩短的，如此，投资澳元产品所看重的利率优势短期之内不会有明显的减弱。如 9 月 26 日开始发售的保证收益型澳元产品，中国光大银行“阳光理财普通客户‘A 计划’2024 年第 18 期产品 5” 投资期限 6 个月，到期，后投资者可以获得 8.80%的年化收益，回报较为可观。但如果是用美元或人民币买入澳元的话，投资价值将随着其换汇货币的贬值，导致 利润缩水，投资价值也大幅减小。近期汇价较为动荡，各国也纷纷下调对未来经济增长的预期，这也加大了外币投资的汇率风险，建议投 资者最好用手中持有的本币进行相应的投资，避免投资收益被汇率风险吞噬。

QDII 理财产品

●交通银行成最大亮点 交通银行成最大亮点 本季度交通银行发行的 2 款 QDII 理财产品成为市场中最大的亮点。这也是中资银行近3 个月以来，发行的首款该类产品，打破了中资银 行退出 QDII 理财产品市场的流言。本季度的 QDII 理财产品中，近八成产品投资期限 1 至 5 年不等，时间相对较长。交通银行“得利宝 QDII—独具汇眼”系列产品，投资币种 为人民币和日元，产品投资期限为 3 个月，也是本季度 QDII 理财产品中投资期限最短的。从交通银行“得利宝 QDII—独具汇眼”系列产品的结

**第二篇：商业银行理财产品论文**

理财产品是商业银行收入的重要来源之一。下面是小编为大家带来的商业银行理财产品论文，欢迎阅读。

商业银行理财产品论文

1一、商业银行理财产品现状和问题

我国金融市场建设经过几十年的改革开放，商业银行的理财产品发展十分迅速，理财产品的数量和质量都有了显著的提升，理财产品给银行带来的收益也在各项业务总收益的比列不断提高。

(一)理财市场发展势头强劲在2024年以后，我国商业银行理财产品得到飞速的发展，并逐歩走向规范化。从2024年起，我国的理财业务增长率达到18%，2024年前三季度规模达到400亿美元。目前我国商业银行根据其特点都开展了理财产品。

(二)理财产品种类逐渐增加我国目前商业银行推出的理财产品种类不断增加，在H-H投资组合理论和资产资本定价理论的基础上，不断开发适应不同收入层次和不同年龄层次的理财产品。除去传统的货币型理财产品，债券型、股票型及组合型理财产品不断出现；理财产品的期限也从一周到一个月、三个月及三到六个月甚至几年不等；理财产品的币种从传统的人民币单一币种发展到美元、欧元及澳元等多币种理财产品。

(三)业务发展条件更加成熟根据国家统计局数据，我国的人均居民收入和可支配收入近年来不断增加，2024年城镇居民收入人均达到23979元，可支配收入达到了21810元。随着居民收入和可支配收入的增长，商业银行开展理财产品的业务客观条件更加成熟，市场对理财产品的需求型结构已经出现，并且人们对理财产品的认识近年来也在不断提升，因此商业银行的个人理财产品发展市场潜力巨大。

(四)理财业务有待继续深化对比我国商业银行开展理财业务的内容形式与发达国家，可以看出在理财业务的深化上海有待继续提高。我国目前的理财业务重心仍在理财产品的推广销售方面，并且各商业银行推出的理财产品结构同质化严重，在产品推广方式和产品服务等各方面都还存在一定的发展空间。

二、商业银行理财产品发展中存在的问题

(一)市场上理财产品逐渐丰富，但同质化趋向严重近年来，我国各国有商业银行、城市银行及部分民营银行等纷纷推出各自的理财产品，如工商银行的“理财金帐户”系列，建设银行的“乐当家”系列，农业银行的“金钥匙”系列，招商银行的“金葵花”系列和交通银行的“圆梦宝”系列等等。在分析对比不同商业银行的个人理财产品特点不难发现，理财产品的结构功能基本相似，在个人理财产品的个性化设置和后续服务等方面缺乏创新，在核心的理财产品上同质化严重，难以形成品牌效应。

(二)理财中心大批涌现，但理财从业人员的整体素质与数量均需提高从目前商业银行在个人理财产品的推广上看，存在硬件过硬、软件过软现象。商业银行的个人理财中心硬件建设十分豪华，各种配套硬件十分齐全，但在优质的理财产品服务和专业理财顾问团队的建设等软件方面还存在一定的不足，而理财顾问和服务等特质恰恰是完善的个人理财产品市场发展的必不可缺要素。根据国家相关金融机构的统计数据，与我国目前经济综合实力和金融发展水平相对应的个人金融理财人员缺口十分庞大，且目前相当部分的个人理财顾问和产品经理根本没有理财资质，不能账务理财需要的专业知识。因此，我国目前应着重加强理财人员的培养和专业素质的提升，这样既能与先进的硬件设施相配套，更能解决个人理财业务对专业人才的需求缺口。

(三)个人客户在理财观念上存在的误区多受到传统理财观念的影响，目前个人理财产品的观念在部分社会大众心中仍存在较多的误区。误区之一是保守的储蓄思想，尤其是年龄较大的人群，但简单的储蓄理财行为在实现个人财产保值方面当遇上通货膨胀都难以实现，更不能达到增值目的。误区之二是与之相反的超多元化投资观念，债券、黄金、股票、保险等多种理财方式一齐上。这种理财观念在一定程度上分散了投资风险，但是由于牵扯的投资方面较广，个人很难在每个投资领域都具备相应的专业知识，也没有精力关注每个方面，因此存在一定的风险。商业银行推出的个人理财产品基本由专业的金融设计人员进行设计，并个性化管理，这种理财产品的观念推广还有待继续增强。

(四)理财产品中存在潜在风险，但风险防范意识薄弱商业银行的理财业务过程属于金融虚拟产品的交易和后续服务过程，其中也隐藏了不同类别的风险。其中作为咨询服务的理财顾问和咨询业务风险较小，风险主要存在于专业的理财产品介绍，理财的风险提示以及理财经理对客户的不合理承诺等，这些都可能对商业银行和客户造成双重利益损害，应加强风险防范意识。

三、我国商业银行理财产品健康发展的策略

(一)创造良好的金融环境良好的金融大环境是金融市场发展的基础，是商业银行开展个人理财产品业务的客观条件。金融环境的建立需要各商业银行间加强合作，共同推动金融市场和金融秩序的改革创新。目前我国金融混业经营的限制门槛越来越少，商业银行的金融分业经营现状有望实现改革，因此金融机构间和互赢合作是未来发展的必经之路，金融理财产品的交叉发展是必然。因此商业银行应不断加强与证券、保险及信托基金等非银行的金融机构合作，不断在业务组合和业务外包等方面创新，适应市场需要。

(二)加大理财产品的创新力度针对个人理财产品同质化严重的，各商业银行应加大理财产品的创新，走品牌发展的道路，依据自身的资源优势和业务能力，打造银行剧本核心竞争力的个人理财产品。创新复合型理财产品。随着金融业管制的逐渐放松，商业银行可以在制度许可范围内，加深与基金公司、证券公司、外资金融机构以及房产商、汽车商的合作，适时的推出复合型理财产品，在传统风险较小的银行理财产品与风险较大的金融衍生产品相结合的理财产品上加大创新。定制客户不同需求的理财产品。学习西方理财产品中以客户为中心的经营理念，以目标客户为基础进行产品开发，细分各类客户市场，实施差异化战略。

(三)实施客户关系营销管理客户是现代市场经济，包括金融市场中进行营销管理的最核心部分。商业银行应不断加强客户至上的经营理念，在理财产品设计和营销方式上充分考虑客户的个性化特征，根据实际需求进行产品和服务定制管理，走客户关系营销管理道路。

(四)加强信用体系建设，完善风险管理系统金融市场中的风险无处不在，包括系统风险、非系统风险等。商业银行在金融市场中的份额庞大，应加强信用体系建设，正视金融市场中的各种风险，包括市场风险、交易风险和操作风险等等，注重风险预防和控制体制建设，建立科学的风险管理体系。健全内部控制制度，增强内控意识，规范理财产品的操作程序，减少违规操作发生的几率。完善内部监督审核机制，通过内部监督审核机制的建立，降低理财产品业务中的各种风险。加快建立个人证信体系，通过建立信用体系，强化理财产品的风险管理。提高个人理财从业人员的法律意识。银行管理层要树立依法经营、依法管理的观念，坚持“标本兼治，重在治本”的经营原则，确保理财产品的安全性。

商业银行理财产品论文

2一、我国商业银行个人理财主要存在的问题

（一）商业银行个人理财服务的层次有待提高

近年来，国内各家中资银行纷纷成立了“个人理财中心”、“理财工作室”，但只有在一些大城市才有一些针对高端客户的服务，而大多数理财中心只是停留在概念上,提供较低层次的服务。一些银行提供的个人金融业务基本还停留在原来的存贷业务层面上，即使增加了，也只不过是如代买国债、金融业务咨询等简单的业务。银行做的只是把自己的产品展示出来供客户选择，而并非是为客户量身裁衣，进行专业的理财咨询服务和投资组合建议。

（二）金融产品（包括理财产品）单一，且同质化现象严重

目前我国各商业银行推出合规的金融产品只有几十种，与世界各大银行两万多种金融产品相比简直是沧海一粟，根本不能满足广大个人的理财需求。同时，各商业银行金融产品同质化比较严重，产品的开发和设计能力很弱。在金融产品的开发上，好的就一哄而上，缺少创新意识和特色，只是照搬照套，令顾客无所适从。

（三）个人理财服务对象门槛过高，缺乏适合普通大众和工薪阶层的金融品种

金融品种缺乏广泛的适应性。虽然近年来银行开拓的个人理财品种在不断增加，同时为不同的客户开发不同的产品，但是能向大众普及的产品并不多，例如有些银行的人民币理财产品的起点需要达到5万元甚至10万元才能办理，个人通知存款的起存点也要在5万元以上，服务范围狭小，没有适用普通大众和工薪阶层的金融品种。

（四）商业银行提供的是金融产品，而不是金融服务

大部分商业银行都是把产品的宣传单分别展示在架子上供客户任意选择，而缺乏个性化服务。因为客户不能单凭自已对一些宣传单上的介绍而全面了解这些产品的功能和效用，而客户需要的不仅仅是各种摆出来的理财产品，而是银行的理财人员在详细了解分析其需求后，再根据客户的特点来设计的个性化的理财方案。

（五）现有商业银行的普通员工和专业理财人员理财专业素质急需提高，高素质专业理财人员非常缺乏

在目前商业银行中，很多银行的普通员工都不知道什么是“个人理财”，又怎样去开展个人理财市场的营销？有些银行理财人员只是经过银行内部挑选，没有经过任何培训和学习就直接上岗。而对于一些资深的理财专业人员又缺乏行业规范管理和职业道德约束，例如一些客户资料保密、产品风险提示等风险管制等。高素质专业理财人员非常缺乏。

（六）部分客户个人理财观念不正确, 个人理财市场有待培育

由于国内普及性金融教育严重滞后，客户对风险收益没有正确的认识，许多顾客在很大程度上把理财等同于发财，只求利润最大化，而忽视了投资的风险；部分银行理财营销侧重于收益的宣传，没有严格履行风险提示义务，使个人理财金融产品的预计(设计或宣传)收益率与顾客的实际收益率差距很远，其结果是绝大多数客户不在银行开办个人理财业务。

二、关于改善商业银行个人理财的建议

（一）加强对客户需求的调查研究，寻找和开发市场

有需求就有市场，有市场就有效益。根据中国人民银行网站公布的统计数据显示，截至2024年9月，金融机构人民币各项存款余额29.26万亿元，储蓄余额达到14.23万亿元。在对北京、上海、天津、广州等四个城市进行的专项调查显示，74%的被调查者对个人理财服务感兴趣，41%的被调查者表示需要个人理财服务（曹文，银行个人理财市场问题凸显）。这说明了我国目前开展个人理财服务的社会需求很广泛，越来越多的普通客户渴望得到银行提供的个人理财“一站式”服务。但是现在中资商业银行一般都和外资银行一样，把着眼点放在20%的重点客户市场上，而把80%的普通、工薪阶层客户忽略掉。外资银行这样做的一个重要原因是基于他们所拥有的网点资源、经营金融业务品种范围等条件的限制，而这正是中资商业银行所拥有的优势。根据以上的调查和现在的实际情况，城市大部分家庭特别是经济较发达地区家庭都有数额不等的储蓄存款。如何对这些存款进行保值、增值、投资和理财？这是客户和中资银行须共同考虑研究的。中资银行要实现由经营产品向经营服务、品牌、文化方面转变，就绝不能对中低端客户 “一弃了之”。反而，更应该把它作为重点开发的市场。

（二）以客户为中心，加强对中低端客户理财的服务

中资商业银行应加大在中低端客户理财的服务力度，例如大力开发一些“基金定投”的业务，让更多普通工薪阶层客户参与其中。而对于一些中高端客户还可以细分产品以供客户选择，比如银行传统人民币理财产品区，外汇理财区,基金区,保险区等几大板快。这样使所有的客户就对金融理财产品的分类一目了然，便于选择。

（三）实行差异化服务，不同的客户配备不同类型的理财服务

首先，对于绝大多数客户来讲,太多的产品会导致其不能选择而失去兴趣。银行理财人员可以针对每一款产品做个标签。这个标签从六个指标来评定该产品的特性,即：安全性、收益性、流动性、加入门槛和成本、接受服务的便捷性和提供产品商的背景。绝大多数理财产品都具有复杂性、虚拟性、未来性和风险性,但通过上述6个评价指标,基本上”锁定”了理财产品的特性,当然还有一部分产品特性只有市场和时间才能告诉我们答案。如此一来，客户在获取相关信息的同时可以对不同产品加以优、劣势比较,从而找到适合自己的理财产品。

其次，理财群体有不同的层次，有的只需要购买一种或几种理财产品就可以，有的需要对自己大笔资金进行理财规划，这时我们就需要实行差异化服务。一些单一的，小额的理财服务可以由一线或大堂经理代为解答，而一些大额的、复杂的、多种理财产品组合的应由金融理财师（简称AFP）和国际金融理财师或注册金融理财师（简称CFP）等高级理财规划师对其进行一对一的服务了。

（四）以市场为导向，加大开发产品力度，增加理财产品种类，开拓理财渠道

1.对于商业银行来说，选择理财产品的开发方向是非常重要的，设计产品首先考虑的是市场需要，市场才是风向标，因为没有市场的产品设计得再好也没用。2.设计和开发理财产品要全方位地运用风险判断技术和收益测算技巧，要求开发人员对所有金融产品，对各类金融市场了如指掌，并能够进行综合运用，测试的程序也非常复杂。所以应该长时间地大力投入。3.银行除了自行开发产品外也可以加大与其它金融机构的合作从而增加理财产品的种类和渠道。商业银行由于受金融、证券和保险分业经营政策的限制而无法开展一些业务，但却可以通过代销或代理的渠道来弥补这方面的不足。例如商业银行可以与一些保险公司、基金公司、证券、信托公司合作设计一些灵活多变的理财产品放在银行代销代售，从而填补了商业银行理财产品的某些空白。由于现行的个人理财市场的格局是银行搭台、多家唱戏，但其主角仍然是银行，银行凭借庞大的客户资源和销售渠道，以及快速的销售能力，会进一步加强其在个人理财市场的主导地位。

（五）建设有特色和竞争力的理财品牌产品，实行多层次品牌战略

1.各商业银行应开发和建设有特色的理财品牌产品，防止产品同质化现象，增加市场竞争力，更好地服务于自己的顾客。2.从整体发展趋势看，今后的理财品牌将会有三个层次：第一层次是创新能力强、产品差异大、服务能力强、成长性好的成熟品牌，包括光大银行“阳光理财”、招商银行“金葵花”理财、工商银行的“理财金账户”，中国银行“中银理财”等；第二层次是创新一般、产品差异较小、服务差异化程度较低的品牌；第三层次是投入有限、创新差、服务能力差的品牌。商业银行应实行多层次品牌战略，吸引和服务多层次的顾客，扩大顾客群。3.在品牌建设中，商业银行应多运用公众媒体等资源传播和塑造品牌，增加这方面的投入和营销。因为提供技术含量高、设计差异高、服务个性化的理财产品对于提高品牌竞争力具有极其重要的作用，同时也为整个银行业务转型提供良好的基础条件。

（六）提高理财从业人员的专业水平，壮大理财专业资格人员的队伍

与国内外的外资银行理财从业人员相比，国内中资银行的理财人员缺乏专业培训和专业素质，部分从业人员专业水平较低，具备专业理财资格的人员很少。要改善这种状况，应同时从两个方面开展工作：第一，加强对目前在岗理财从业人员的培训。2024年3月，我国的《金融理财师考试认证暂行办法》开始实施。现在已经有很多关于金融理财师（简称AFP）和国际金融理财师或注册金融理财师（简称CFP）的课程开办，各商业银行可以对其在岗理财从业人员进行培训，以提高其从业人员的专业素质和专业水平。第二，要求和支持鼓励理财经理层或业务骨干通过考试具备金融理财师（简称AFP）资格，少数优秀的已经具备金融理财师资格的，再去通过培训考试具备国际金融理财师（简称CFP）资格，使整个理财队伍具备专业从业资格人员从无到有不断增加。尤其是要注重第二个方面的工作，注重理财类高端人才的培训和培养。只有从业人员具有过硬的专业水平技能，才能令客户信服，让银行为其理财。

（七）应加强理财从业人员和理财行业的职业道德和诚信

与外资银行相比，我国商业银行的理财行为或者说销售行为不够规范和缺乏规管。因为个人理财产品严格来说是风险产品，而风险的承担者是客户，而现在商业银行的理财人员大多数是一味强调收益保证，而在谈到风险时往往含混其辞，过多过高的承诺不符合金融产品的客观规律。因此，商业银行应该作出内部指引，从风险提示到产品设计再到收益说明，全面规范和引导金融产品的销售行为，用规则和流程科学地防风控险。只有讲究理财的道德和诚信，才能令客户放心，并让其为自己理财。

（八）倡导正确的理财观念，追求收益风险均衡，不断培育和开发个人理财市场

目前很多客户的理财观念只是追求收益的最大化，从而背离了理财的真正意义和作用；还有些客户只是求安全，任何投资都不参与，只会把金钱长期放在一些风险低收益低的产品上，缺乏有效的理财配置。理财的真正目的是合理地安排资金，使资金保值增值，从而达到人生的收支风险的平衡。

每个客户的理财目标不同，对收益和风险的追求都有不同。银行应该针对不同的客户需求进行不同的产品分配。对于一些保守型的客户应为他们提供一些存款型、保障型为主的理财产品，而对于一些投资型的可以为其配备一些基金、外汇或信托投资型的产品。对于一些长期投资的客户可以配一些中长线产品，对于一些短期投资型的客户则要为他们配些流动性强的产品，让客户各取所需。在此基础上，不断培育和开发个人理财市场。

商业银行理财产品论文

3【摘要】金融工具是具有一定特征的金融衍生产品或者合同。就其种类来看，大致可以分为期货、期权、互换、远期等衍生金融工具。他们共同的特征都是高风险，高收益，高杠杆性，并且，这种工具与实物形成了脱离。尤其近年来，我国理财产品开始了快速的发展，如何规避理财风险，引导其健康发展，成为了当前我国需要关注的一个新问题。

【关键词】金融工具 理财产品 商业银行

一、金融市场的概括

随着我国经济的发展和金融制度的完善和金融市场的逐渐开放，金融市场形成了一下特点：

（1）工具多元化。我国目前可供投资者选择的投资对象不仅包括股票、证券，还有各类基金。如社保基、保险基金、企业年金等，同时，还有各类的理财产品。基金市场的发展同时包括了实物基金和证券基金，这些都为投资者提供了多样的选择。

（2）投资主体多元化。我国投资市场虽然发展时间短，规模小，但是其投资主体已经发生了重要变化。由以往的散户投资、庄家投资、开始向以机构投资、基金投资为主的转化。就投资机构来看，有投资银行、银行理财、社保基金机构、保险金基金机构、境外的合格投资者、以及私募基金等。

（3）结构层次多元化。我国金融市场已经形成了“三位一体”的多层次架构：全国性的集中交易场所、区域性的集中交易场所、上市公司或者未上市公司的集中场外交易场所。我国股市交易板块又包括了主板市场、中小板市场、创业板市场。这些板块分别针对不同规模的企业区别对待，优化资源配置。在债券市场上，逐渐提高企业债券的比例，降低国债的比例，实现我国债券市场发展的合理结构。

二、银行理财的风险及其对策

（一）银行理财发展的必要性

自2024年银监会颁布《商业银行个人理财业务管理暂行办法》以后，我国银行理财业务发展进入了有法可循，快速发展的通道。近几年，商业银行的理财产品的多样化和高收益日益受到储户的青睐，尤其是与很低的银行存款利率相比。从2024年到2024年，理财产品的余额已经从5000多亿元发展到了7.1万亿元，资产管理模式呈现跨越式的发展，存量理财产品数量高达32152只，产品类型实现了从单一到多样的质的飞越。随着理财规模的快速增长，国内银行越来越重视理财业务，已先后有许多银行在总行层面上成立从事理财业务的部门，独立于产品销售部门和自营业务部门，专门负责理财产品的独立研发设计和投资运作管理，理财业务逐渐向专业化、专职化方向发展。

从整体上看，商业银行发展理财业务是顺应市场的需求，不仅有利于金融产品的优化，也提高了储户的收益性，增加了居民的收益，同时，也促进了银行职能的转变。至今为止，我国资本市场的融资模式仍然以间接融资为主，间接融资为辅。这样做的原因一是因为大量的资金流入银行，成为了银行的库存资金，另外，也是我国基于银行控制风险的要求，限制资金的使用，使得资金大量流入国有企业和大型非公有集团公司，使得强者更强，弱者更弱。从居民角度来看，是由于居民的投资知识有限，理财意识薄弱，加上我国投资渠道很少，居民或者把钱存入银行，或者流入固定资产的购买，如房产，这些都阻碍了我国直接融资的发展。

另一方面，由于银行有着专业的理财产品开发人员，雄厚的资本实力，他们的发展有助于引导社会合理投资，支持实体经济的发展。是有助于引导社会资金合理投资，支持实体经济发展。2024年美国次贷危机和尚未平息的欧债危机给我们带来深刻教训，金融发展离不开实体经济，没有实体经济的支撑，金融发展就会因泡沫过度走向毁灭。银行理财有助于引导社会资金合理投资，支持实体经济发展，维护金融市场稳定。

（二）理财产品的风险

目前，我国正处于经济转型发展的时期，居民财富进入积累阶段，这就为理财产品的进一步发展提供了坚实的基础，但是，我们在看到理财产品在未来巨大发展的同时，也要看到理财产品存在的问题。

首先，银行理财产品的信息披露不完全，存在信息不对称的问题。客户直接面对的理财产品是一堆专有名词组成的产品合同，并且合同并没有具体对于产品的概括，而且为了防止商业银行变相吸收存款，我国《商业银行法》命令禁止对客户承诺高收益，这就使得高于基准存款利率的收益率不能明确写进合同，使得收益不能明确表达，无法得到法律的保护。另外，我国居民缺乏应有的专业知识，面对林林总总的产品，其选择依据就是商行的承诺收益，但是，高收益往往面对的是高风险，商行的普遍做法是隐瞒其产品的风险性，客户面临着潜在的损失，如中信银行事件。

其次，我国理财产品同质化现象严重，缺乏差异化和个性化。虽然商业银行的理财产品林林总总，收益率也有差别，但是其所购产品仍然为股票、债券，并且，其销售部门为基层部门，其理财经理对于客户不加区分推销同等产品，主要区别仅为收益率的差异。就专业知识来看，商业银行应该将客户分为有无投资经验，并针对不同类的客户提供不同风险的产品；再者，客户的存款和收入情况不同，对于理财产品的收益也不会一样，如高端客户希望得到类似于私人银行的服务，中低收入客户希望得到时间短，收益稳定的服务，因此，不加区分客户，都提供同质的产品，虽然市场需求不断提高，产品也不断发展，实际上是形成了需求缺口。

（三）防范与风险对策

（1）增强客户风险意识。商业银行和相关金融监管机构应该致力于培养客户的风险意识，履行告知义务，不能诱导客户片面追求高收益，忽视理财产品潜在的风险。尤其是基层银行在销售理财产品时，要明确告知客户其存在的风险性。

（2）建立健全法律体制和监管机制。对于风险的防范，从根本上就是要做到有法可依，明确禁止哪些可以做，哪些不可以做，避免过度投机行为。同时，应该明确理财产品的监管机构，做到监管责任明确化。

商业银行理财产品论文

4摘要：我国从上世纪末开始进行银行个人理财业务的探索,至今已有众多理财产品问世.在这方兴未艾的市场上,却陆续出现了零收益甚至负收益的产品,引起轩然大波.人们保本的同时获取高收益的梦想逐渐破灭.就对这次“收益门事件”进行思考，分析导致零收益产生的众多可能因素，并针对性的提出几种解决方法。

关键词：银行；个人理财；零收益

1理财的概念

个人理财业务，又称财富管理业务，是目前发达国家商业银行利润的重要来源之一。根据国际理财师标准委员会（CFPBoardofStandards）的定义，个人理财是利用客户的各项财务资源，帮助实现其人生目标的过程。即基于客户的收入、支出、资产、负债、保险等财务现状数据和一定的财务假设，综合考虑客户的各种财务目标，进行客户风险偏好的测试和投资组合的调整，基于现金流、资产价值、各项财务指标的分析，帮助客户制定个性化的理财规划，推荐需要的金融产品，并出具理财报告，以实现客户理财目标的一系列服务过程。本文主要探讨银行理财的内容。

二十世纪70年代以来，全球商业银行在金融创新浪潮的冲击之下，个人理财业务获得了快速发展。从发达国家银行个人理财业务的发展趋势看，个人理财业务具有批量大、风险低、业务范围广、经营收益稳定等优势，在商业银行业务发展中占据着重要位置。而在我国的香港特别行政区，花旗、汇丰、渣打、恒生、东亚等主要银行纷纷推出了自己的理财套餐，针对不同收入的客户提供不同的服务，推动了港岛整体个人理财服务水平的不断提升。而国内各银行在个人理财方面也做出了不少的探索和尝试，随着国内银行个人理财服务的逐步发展，个人理财业务逐渐成为国内商业银行产品和服务创新的主要领域。07年开始中国加入WYO后的缓冲期已过，对外资银行全面开放，这使得个人理财市场的竞争进一步加剧，各大银行纷纷推出理财产品，市场进入空前繁荣状态。

2收益门事件原因探悉

就在投资者对理财产品信心十足、向往着高收益的时候，却出现了让人跌破眼睛的“收益门事件”。银行系理财产品出现零收益甚至亏损的案例越来越多。根据西南财大信托与理财研究所最新的报告，继浦发之后，深发展、平安银行类似的6款产品最终也是零收益。2月有近半数中外资银行的QDII（QualifiedDomesticInstitutionalInvestors）产品出现从10％到50％不等的浮亏。之后，东亚银行、渣打银行和中国银行先后暴露出零收益，乃至负收益的理财产品。零收益危机持续扩大。其原因归纳起来有以下几点：

2.1产品设计问题

浦发银行、深发展银行、深圳平安银行几款零收益的理财产品设计极为相似，均是跟港股挂钩，且只有当表现最好和表现最差的股票涨跌幅不超过银行宣传的预期最高收益率时，投资者才能获得收益。该报告认为，银行宣传的预期最高收益率，只有在产品所挂钩的几只股票同涨同跌时才会实现，这样的概率极小，现实中是不太可能存在的。报告的撰写者李要深说，报告并非指责产品设计有问题，而是认为产品要博取高收益的概率比较低，相对的投资风险比较大。但问题是，这种公式和内在逻辑非常复杂，大多数普通投资者如果不仔细研究复杂的计算公式，并不会意识到自己的投资风险有多大。

2.2信息透明度问题

在中国社科院日前发布的《2024年银行理财产品评价报告》认为目前银行理财市场最明显的特征是信息透明度不高。汇丰、花旗、恒生、东亚等6家中外资银行因理财产品的运作信息缺乏透明度而登上了报告中的“黑名单”。对于具有专业优势与知识的研究机构中国社科院来说，尚且因为理财产品的信息不透明而不得不放弃对更多理财产品的评价。更何况对于一般投资者来说，只能根据市场理财信息对相关银行理财产品作出选择，正确信息的获取更是难上加难了。

其实，结构性产品一般为保本型产品，“低风险，低收益”其最大的特点。其产品的实质是用利息购买期权去博取更高的收益，整体而言，获得最高收益的概率的确是比较小。

其最坏的结果也只是输掉利息而已，因此适合低风险偏好的投资者。但部分银行的理财师在销售产品时，不但不提示产品风险，还利用投资者只关注预期收益的弱点，使用一些“预期收益有多高”等词汇误导客户，银行与投资者之间存在“信息不对称”的现象。

2.3缺乏专业理财人员

由于理财业务是一项综合性的业务，它要求理财人员必须具备渊博的经济和法律知识，全面了解银行、证券、保险、房地产、外汇、税务、教育、法律等方面相关知识，要求理财人员拥有丰富的金融从业经验，具有优良的职业操守、良好的人际交往能力和组织协调能力。现今国内大中城市的中资商业银行推出的理财业务，实际上还较多地停留在业务宣传和简单的一般服务层面上，即只是提供普通的金融产品信息资料和商业银行行情等咨询业务，而帮助和代客理财业务实则无从谈起，这与居民日益多元化的投资需求差距较大。专业和称职的个人理财人员的匮乏成了制约我国个人理财业务的主要瓶颈。

2.4理财产品销售的监控力度不足

国内对于销售环节还无法进行有效的监控。高风险理财品种，在监管严格的市场中，是严禁不加区分地向所有投资者销售的。报告指出，部分零收益理财产品如果在当初销售时避免不当销售，那么购买理财产品的投资者应该就是完全清楚产品的结构，也认同了产品的设计，并且愿意承担投资损失的风险。这样零收益也就不会造成如此大的负面影响。

尽管在法律层面上，理财产品合同中写明了理财产品是浮动收益，因此投资风险也是自负。但银行理财产品的风险无论是书面提示还是口头提示，都没能产生足够的效果。很多投资者完全不知道面临的风险程度有多高。

3改善的方法

这次“收益门事件”除了警示投资者匮乏投资风险意识之外，更暴露出部分理财产品在销售上存在的重大信息不对称解构“障眼法”。解决商业银行个人理财业务发展的出路成了我们共同探询的内容。

（1）细分市场，设计多种理财产品。

开展个人理财业务，必须对客户群体进行有效的细分，在此基础上确定银行的目标客户群体，并采取差异化的分层服务方式。针对收入稳定、风险承受能力低的客户，设计固定收益或保本型的理财产品；对收入较高、风险承受能力高的客户，可设计高收益的理财产品。在理财业务服务模式方面可借鉴国外银行的成功经验，突破传统业务的柜台服务模式，成立专业理财室。根据不同需求为客户设计综合理财方案，提供特色理财产品，实施一对一的个性化服务。

（2）加快人才培养。

加强投资者教育刻不容缓，尽快建立起一支熟悉金融、保险、税务、法律、证券投资等知识兼具的高素质复合型专业理财员工队伍，为客户提供全面、最佳的个人理财服务。

（3）银监会需加强监管力度。

现有的一些理财产品信息不透明，可能是新兴市场发展中的阶段性缺陷所致，也有可能是操作经验缺乏，甚至操作失误所造成。但也可能有少数理财机构的故意通过蒙骗的手法谋取不义之财。就此而言，对监管机关来说，为保证金融市场的健康发展和市场的“三公”，应该坚决查处，同时在相关制度安排方面，尽早作出监管机制上的应对与规范之举。

（4）增强投资者权利意识。

投资人对自己所投资的理财产品应当享有充分的知情权，其中包括可能收益及与之对应的风险；而理财机构，则有义务将相关产品的风险向投资者予以充分提示。在此过程中，如果理财机构出于自身私利目的，有任何扩大收益与隐瞒风险的行为存在，可以说在性质上应该属于一种侵犯投资者权利的行为。投资者有权依照有关民事法律法规，向有关监管机关与司法机关提出投诉与控告。

参考文献

［1］@林小川,零收益真相:银行理财产品惯用障眼法［N］.21世纪经济报道,2024.［2］@姚瑜磊,结构性产品零收益危机,小概率的高回报［N］.理财观察,2024.［3］@何怡,银行理财产品负收益可能性无法避免［N］.法制晚报,2024.［4］@殷建峰,2024年银行理财产品评价报告［N］.上海证券报,2024.

**第三篇：商业银行理财产品概况**

商业银行理财产品概况

商业银行理财产品是有银行销售并负责投资运营的资金投资和管理计划，可由银行单独设计运营，也可由银行主导，信托公司、证券公司参与设计运营。目前，市场上银行理财产品种类繁多，但从产品合同、会计准则以及外部审计原则关于风险承担约定及认定角度看，理财产品可分为两大类，即表内理财和表外理财。表内理财产品已包含在银行的资产负债表中，在货币或信贷的统计中已得到反映。表外理财产品虽然为在银行资产负债表内核算，但根据金融市场不断发展、融资渠道日益多元化的形势，中国人民银行资自2024年以来加强了对社会融资总量的统计，理财产品用于实体经济的资金已涵盖在社会融资总量中。商业银行应在允许分析宏观经济与金融市场的基础上，确定理财资金的投资范围和投资比例，合理进行资产配置，分散投资风险。商业银行应坚持审慎、稳健的原则对理财资金进行投资管理，不得投资于可能小车本金重大损失的高风险金融产品，以及结果过于复杂的金融产品。商业银行的理财资金可以在符号相关要求的前提下，柚子于固定收益类金融产品，银行信贷资产、发放信托贷款、投资金融衍生品和结构性产品等，但是理财资金禁止以任何形式投资于二级市场股票或与其相关的证券投资基金，以及未上市企业股权和上市公司非公开发行或交易的股份。

商业银行一般根据理财资金运用的预期收益，扣减相关费用（如手续费、销售费用等），并结合利润要求，确定理财产品预期收益率。与其他投资一样，投资者购买银行理财产品要承担一定的投资风险，而且不同理财产品具有不同的风险收益特征。有的产品是保本型理财，属于银行自营业务，投资者承担的风险相对较小。有的产品是非保本型理财，属于银行待客经营的中间业务，银行收手续费，投资风险由投资者自行承担。投资者在购买理财产品时，需仔细阅读产品合同和说明，注意相关风险提示，认证评估产品的风险收益特征，根据自身承受能力审慎作出投资决策。

自2024年以来，我国银行理财产品得到了快速发展，年平均规模增长接近100%。截止

2024年9月末，银行理财产品余额达6.73万亿万。银行理财产品通过募集资金投资债券、股票以及各类项目等直接融资工具，成为连接居民储蓄资金和直接融资的桥梁，对于完善融资结构，引导民间资金流向，满足客户要求，增加居民财产性收入，加快银行经营转型等方面发挥了重要作用。

**第四篇：券商和商业银行理财产品比较(汇)**

《投资银行学》

券商和商业银行理财产品比较

一、券商理财产品券商理财产品是由证券公司发行的、集合客户的资产，由专业的投资者（券商）进行管理的一种理财产品，也称为集合资产管理业务。券商集合资产管理计划一般在合同中规定收益分配比例和亏损承担责任，而不同的产品有不同的合同，一般情况下，亏损是由投资者全部承担，而券商可以以自有资产购买一定比例本公司开发的集合产品，并可在有关协议中约定，当投资出现亏损时，证券公司投入的资金将优先用来弥补该公司其他购买人的损失。

二、商业银行理财产品

商业银行理财产品是商业银行在对潜在目标客户群分析研究的基础上，针对特定目标客户群开发设计并销售的资金投资和管理计划。银行只是接受客户的授权管理资金，投资收益与风险由客户或客户与银行按照约定方式承担。

三、两者的不同点

1、准入门槛不同

券商对参加集合理财的客户资金门槛有一定要求，限定性集合理财首次参与的资金必须达到5万元以上，非限定性集合理财10万以上；而商业银行理财产品的认购起点为5000-10000不等，多数银行对购买者还有一些其他的要求和限制，保证收益的理财计划，要求5万元以上。

2、募集方式不同

券商集合理财产品不能公开宣传，募集范围相对教窄；而商业银行理财产品的募集可以公开宣传，募集的范围相对较宽。

3、投资限制不同

券商集合理财不仅被允许参与新股申购，还可以投资二级市场上的股票；而银行理财资金可以打新股但不能投资股票。

4、流动性不同

券商理财产品一般数月至一年的封闭期之后才有一小段时间的开放期，开放期比较有限，一般为每个月的3个工作日～5个工作日，投资者只能在开放期进行参与或者退出，其他时间不能交易；银行保本型理财产品只能持有到期，中途不能赎回，其流动性就很低，银行非保本型理财产品一般视具体的产品而定，既有固定开放日赎回的也有随时可赎回的。

5、运作的透明度不同

券商集合理财产品的信息披露，披露的相关法规只要求证券公司至少每三个月向客户提供一次准确、完整的资产管理报告,对报告期内客户资产的配置状况、价值变动等情况做出详细说明；商业银行理财产品仅要求商业银行应对投资者进行充分的信息披露，但并未言及对公众披露的相关事宜；而且，仅限于原则性的要求，缺乏相关配套制度，如没有强制性披露要求、定期报告制度、重大信息披露制度等等，其透明度更低。

6、手续费不同现在发行的券商理财产品一般收取参与费和退出费，比例较证券投资基金的申购赎回费率稍低，至于管理费的提取方式，有的与投资人约定其他收费方式如以市场指数为基准，投资收益超出一定比例再收取管理费或约定按投资业绩计提管理费等，形式比较灵活。而银行理财产品的手续费依投资情况不同而不同，直接投资银行间市场的，理财产品收费只涉及销售手续费、托管费，部分银行会收取一定投资管理费，而委托信托计划进行投资的则会增加信托费支出，若有聘请券商、基金等专业机构作为投资顾问的则还需支付业绩报酬给投资顾问，部分银行还会参与分成。

7、产品设计不同

券商理财产品灵活性较好，在投资范围内可随意组合；银行理财产品则以风险较低的结构性产品为主。

090880113刘璐

**第五篇：商业银行资产池理财产品特点**

商业银行资产池理财产品特点

资产池理财产品，是指有别于传统的一对一理财产品，以债券、回购、信托融资计划、存款等多元化投资的集合性资产包作为统一资金运用，通过滚动发售不同期限的理财产品持续性募集资金，以动态管理模式保持理财资金来源和理财资金运用平衡，并从中获取收益的理财产品运作模式。

商业银行资产池理财产品特点

从目前商业银行运作实践来看，资产池理财产品具有“滚动发售、集合运作、期限错配、分离定价”的特点。

滚动发售。滚动发售是指连续发售理财产品和到期续发理财产品，保障募集理财资金的连贯性和稳定性。了解更多的理财知识敬请关注投资理财平台合时代。

集合运作。集合运作是指将基于同一资产池发售的各款理财产品所募集资金归集管理，统一运用于符合该类资产池投资范围的各类标的资产构成的集合性资产包，该资产包的运作收益作为确定各款理财产品收益的统一来源。原则上同一资产池发售的不同理财产品不单独对应各自资金投向。通过集合运作方式，可以使资产池理财产品在固定收益资产、信贷资产、权益资产甚至衍生产品等大类资产之间进行充分有效的资产摆布，规避某一投向某类资产所产生的过度波动，通过分散化投资有效降低资产组合的整体风险。

期限错配。期限错配是指资产池理财产品资金来源方(即发售理财产品)的期限，与资金运用方(即集合性资产包)的期限不完全相同，资金来源方期限短于或长于资金运用方。这样可以形成较大的规模优势，并通过灵活的流动性管理沉淀较大比例的资金进行期限错配，利用向上的收益率曲线，有效提高投资者收益。

分离定价。分离定价是指同一资产池发售的各款理财产品收益水平，一般不与该款理财产品存继期内集合性资产包的实际收益直接挂钩，而是根据集合性资产包预期的到期收益率分离定价。这摆脱了传统的理财产品根据资金运用实际收益决定资金来源即理财产品价格的模式，可以充分银行的资产摆布能力，提高产品的定价效率和市场竞争力。

不同人的不同选择

“交易类产品”——高风险、高收益。“不入虎穴，焉得虎子?”对于抱有这种想法的“激进”型投资者，可以选择个人参与性很强的“交易类产品”。

这种产品要求投资者对外汇走势拥有一定的兴趣和研究心得，根据国际汇市的走势，做出自己的判断，将手中的外币以较高的价位兑换成另一种外币，而后在较低的价位将其换回原货币，从中赚取差价。

“投资类产品”——风险、收益兼顾。其实，相对保守、稳妥的理财手段才是多数投资者的首选，投资风险和收益的平衡性是大部分稳健投资者在进行投资决策时最为关心的问题。目前，市场上出现了许多

保本型的结构性外汇理财产品，到期后，银行将返还本金和收益。

投资者要清楚的是，低风险产品中包括了保本产品，但不代表全无风险。真正的保本产品是什么?比如说定期存款，到期银行一定会归还你所有的本金及利息;国债，持有到期的话，由国家信用担保你可以拿回本金及利息。而人民币理财产品及外汇理财产品给出的收益率都是预期收益率，也就是说，并不担保一定给你这样的收益率，可能高也可能低。当然，由于它们购买的相对都是较保守的品种，收益率波动的范围并不大，本金损失的概率是非常小的。

“简约型产品”——将成为市场主流的“简约型”理财产品属于交易投资兼顾类产品，是一种全新的理财产品，其最主要特点就是标准化、透明化、流动性强和投资者自主性高。适合投资稳健、对资金流动性有较高要求的投资者。

如中国银行的“春夏秋冬”外汇理财产品，其投资期限选择较为多样，最短的3个月，最长的5年，可以供具有各种不同需求的投资者进行挑选。其最大的特点就是该类产品以合约方式认购，每张合约标有固定票面收益率，银行在保证客户本金的同时，保证持有到期的收益。每一张合约都有认购、赎回两种价格。银行允许投资者提前解约，主动权完全在客户手中，资金流动性得到保障，而其他理财产品大多不具备该功能。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找