

# 2019年投资理财市场亮点纷呈

## 多因素推高黄金价格 专家呼吁理性投资

2020年开年以来,黄金期货走势一改多年震荡盘整格局,出现较大涨幅。其中,纽约商品交易所发布的COMEX黄金指数一路升破1600美元/盎司,创下2013年3月以来近7年新高。与之对应的是,黄金现货价格也出现一轮明显上涨,黄金饰品、黄金投资品挂牌价格明显上涨。

某黄金销售人员表示:“2020年2月2日被许多人称为千年一遇的对称日,不少人选择此日登记结婚,黄金的需求也随之上涨。当前销售情况比较好的主要是戒指、手镯、吊坠和项链,价位在2000元至5000元。我们已经开通鼠年生肖饰品的线上线下预约活动,和往年相比,下单人数也有一些增长。”她补充:“春节历来是黄金首饰销售高峰时段之一,今年春节叠加了婚庆因素,往后1到2个月内销售量应该还会增长。”

工商银行工银行家销售人员表示:“黄金价格出现上涨,直接带动黄金实物投资,来我行购买实物金条的客户多了不少。我们推出的寿字金条、喜字金条和如意金条定价区间在3700元至18000元,销售情况较好。去年我们推出的小猪佩奇星守护黄金吊坠销售情况尚可,今年这款产品的销售情况依然良好。”

对于黄金价格未来走势,分析机构和投资者普遍持有看多观点。中国国际期货高级研究员汤林阁公开表示:“黄金近期走强的直接原因是伊朗问题,地缘政治摩擦引燃全球市场避险情绪,刺激避险资金流入贵金属市场,造成黄

金价格上扬。未来,如果中东局势进一步升级,可以预计黄金价格将创出新高。”

长城证券分析师汪毅指出:“当前是做多黄金的时间窗口,估计全年金价涨幅为20%至30%,2020年有可能突破1870美元/盎司的高点。”

多家私募基金公司加仓购买黄金期货,黄金ETF基金以及黄金投资实物等,扩充投资组合。有投资机构相关人士表示:“黄金价格受美元、全球流动性和地缘摩擦等因素影响。当前这些因素都支持黄金价格进一步上涨。考虑到以上情况,我们在投资组合中追加了黄金。”

在黄金市场一片看涨的浪潮中,也有部分业内人士表达谨慎观点。中国银行相关人士向表示:“我行推出T+D黄金、白银等贵金属交易业务已有多年。最近黄金价格有所上涨,前来咨询开户的投资者有明显增加。我们建议投资者理性看待黄金的短期价格上涨,不要盲目追逐短期市场波动,不要通过民间借贷或者非法配资方式投机贵金属交易,以免造成不必要的财产损失和法律诉讼。”

也有从事黄金珠宝零售业务多年的商家表示:“2013年国际黄金价格下跌时,国内曾出现黄金首饰抢购热潮,对应催生了很多小品牌黄金珠宝商。小品牌生产的黄金首饰存在加工、鉴定、维护保养等费用开支,流动性差,变现渠道少,款式老旧等问题。当年跟风购买的消费者没有注意到这些问题。我们建议消费者购买黄金时量力而行,择优购买,勿贪小利,切勿跟风。”(本报综合)

失去刚性兑付的保障,将对产品风险更加敏感,这对银行的投研能力提出更高要求,投研能力将成为银行的核心竞争力,银行可以借助金融科技,根据投资者的风险偏好以及其他需求对投资者进行准确分层,进行精准营销。

### 银行理财子公司陆续成立

2019年同样也是银行理财子公司元年。2019年12月末,共有16家银行获批筹建理财子公司,其中11家获准开业。仅在刚刚过去的12月,就有4家银行理财子公司获准开业,另有4家银行获批筹建理财子公司,岁末年初,银行理财子公司布局仍在持续加速。此外相关配套监管政策也相应落地——2019年7月20日,国务院金融委办公室宣布推出11条金融业对外开放措施,鼓励境外金融机构参与设立、投资入股商业银行理财子公司;允许境外资产管理机构与中资银行或保险公司的子公司合资设立由外方控股的理财公司;2019年9月20日,银保监会就《商业银行理财子公司净资本管理办法(试行)》向社会公开征求意见,对理财子公司提出了明确的监管要求。

截至目前银行理财子公司已发行超过300款产品。其中,工银理财发布产品最多,占据理财子公司发行产品数量的八成;从产品类型来看,在理财产品净值化转型的背景下,各银行理财子公司多采用了“固收+”策略。固定收益类产品多使用私募股权和FOF/MOM模式,或者跟踪指数走势并辅以量化策略增强收益。

从投资起点来看,1元起点的个人产品占比比较高,理财子公司的产品将理财产品的购买门槛下降至1元,成为真正的平民化产品,将接纳更多的投资者。

### A股迎来改革大年

2019年,可谓A股的改革大年。回顾过去一年,从科创板开板到沪伦通开通,重组新规落地、证券法重大改革都将对A股市场的未来发展产生深远的

影响。

2019年7月22日上午9点半,首批25只科创板股票开始在上交所交易,科创板正式开市。科创板实现了资本市场和科技创新更加深度的融合,它的推出,从小方面来讲是推动证券市场的健康发展;从大方面讲,是中国金融强国战略的重要组成部分。截至目前,科创板开市交易已有5个多月,市场整体运行平稳,上市公司数量市值稳步增长,上市企业资质得到市场普遍认可,不仅带动了资本市场外部立法司法体系相关规则的落地,为多层次资本市场体系营造了良好的司法环境,更有效地推动科技行业的发展。

2019年10月18日证监会正式发布《关于修改〈上市公司重大资产重组管理办法〉的决定》(以下简称“重组新规”),以优化重组上市制度。重组新规出台,将有助于提高上市公司质量,更好服务实体经济发展,并进一步保护中小投资者合法权益,助力资本市场活力提升及长期健康发展。允许战略性新兴产业等在创业板重组上市,有助于科技企业价值在资本市场更好体现。重组新规出台,一方面,对部分经营出现一定压力的公司带来更多资产优化手段;另一方面,龙头公司选择合适的对象外延扩张也将有更多空间,优势有望进一步强化。

2019年12月28日,十三届全国人大常委会表决通过的新修订的新证券法将于2020年3月1日起施行。新法明确将在中国资本市场全面推行注册制,并围绕注册制作出一系列完备的规定,设专章强调投资者权益保护。展望2020年,有新证券法保驾护航,创业板注册制改革落地可期,新股发行市场化改革将进一步提升。



### 科创板基金、ETF风头正劲

在2019年伴随科创板落地而“诞生”的科创主题基金可谓火热。截至2019年底,数据可统计的16只科创主题基金在下半年全部取得正收益,平均净值增长率约为21.59%。2019年年底第四批科创板基金陆续开始发售,这一轮科创板基金的认购也十分火爆。2019年12月23日,广发基金发布公告表示,旗下广发科技创新混合型证券投资基金,在发行当日的有效申请金额超过募集规模上限10亿元并触发“末日比例确认”,最终确认比例约为3.3%,较此前汇添富科技创新混合基金创下的3.6%的配售比例,再度下降0.3个百分点。若按照该基金成立规模9.89亿元计算,发行当日募集规模或超过300亿元。

被动型基金方面,ETF仍在高速发展。数据统计,截至2019年12月31日,国内ETF总计263只,总规模7121亿元。其中非货币ETF236只,总规模5991亿元,总份额3584.46亿份。2019年非货币ETF规模增长1994亿元,同比增长58.94%。此外,ETF持有人数量也增长明显,根据2019年中报数据显示,最新ETF持有人数量已达260万人,较2018年年底增长160万人,且过去三年始终维持100%以上的高速增长态势,市场对于ETF这类较新的投资品种赋予了高度热情。

姜珊

刚刚过去的2019年,投资理财市场发生了诸多变化,不管是银行理财、股市还是基金市场都呈现出一些新看点,温故而知新,纵览2019年理财市场或许能给投资者2020年理财投资带来一些新思路。

### 银行理财加速布局净值型产品

2018年资管新规落地,开启了资管领域的大洗牌。而2019年是银行落实资管新规、加速净值化转型的关键之年。监管标准日前披露的统计数据显示,2019年度权益类和混合类净值型产品的发行量均有上升,保本理财产品发行量占比在不断走低。各类型银行共计发行权益类和混合类净值型理财产品754款,其中混合类净值型产品608款,占比80.64%;权益类净值型产品146款,占比19.36%。分银行类型来看,股份制商业银行权益类和混合类净值型产品的发行量最大,为320款,其中混合类占比66.80%;城商行共计发行权益类和混合类净值型产品157款,混合类占比63.69%;农村商业银行发行30款混合类净值型产品,未发行权益类净值型理财产品。

业内人士表示,目前银行理财呈现固收化、长期化、公募化三大特征。首先,固收产品为主利于发挥银行固有优势;其次,封闭式产品期限长利于更好地满足期限匹配要求,也是理财投资者长期化意识逐渐培养的体现。另外,公募产品占据主流,表明一般个人投资者在理财资金来源中占据支配地位。

2019年也是投资者接受银行理财产品由保本向非保本转变的过渡之年,目前投资者对净值型产品的接受度仍有待提高。银行需加强投资者教育,为投资者建立科学的投资理念,提高对净值型产品的接受度。净值化转型后,投资者

# 春节贺岁档临近 影视板块被看好

于洋

每到岁末年初,影视板块均有一波上涨行情。事实上,在今年元旦之前,贺岁档电影就已经如火如荼拉开大战。尽管近期影视板块出现小幅跌势,但业内人士认为,调整或带来布局机会,后续“春节档”可提前“埋伏”。

### 影视板块频频躁动

从去年12月初,影视传媒股就开始启动。据了解,元旦节前,在包括冯小刚执导的《只有芸知道》、甄子丹主演的《叶问4》、国外大片《星球大战:天行者崛起》以及《半个喜剧》《惊涛骇浪》《聊斋新传之奇女子》6部电影同一天上映时,万达电影、金逸影视、长城影视等多只影视股出现涨停。

笔者梳理发现,截至上周三,完美世界(560.02亿元)、三七互娱(410.40亿元)、万达电影(372.14亿元)、光线传媒

(331.28亿元)、芒果超媒(326.69亿元)、中国电影(312.16亿元)等公司最新A股市值位居影视娱乐板块前列。

而1月份以来,影视板块内56只成分股中,共有52只个股期间累计实现上涨,占比92.86%。欢瑞世纪、新文化、捷成股份、引力传媒、北京文化等个股市场表现居前,期间累计上涨20%以上,华策影视、万达电影、当代明诚、慈文传媒、中广天择、唐德影视、浙江广厦、三七互娱等个股紧随其后,期间累计涨幅均超10%。影视板块整体市场表现较为良好。

### 下跌出现布局良机

在此期间,热门影视股出现短暂下跌。有分析人士表示,目前影视行业估值较低,相较于电子、消费等板块的轮番表现,该行业的估值存在性价比的优势。

令投资者欣慰的是,影视行业的

业绩正在不断改善,已从披露2019年年报预告的10家公司来看,5家公司年报业绩预喜,三七互娱业绩类型为“预增”,联络互动、华录百纳、喜临门、奥飞娱乐等4家公司业绩类型为“扭亏”。

因此,有人认为,下跌或是布局良机。

### 专家建议抓住春节档机会

根据猫眼专业版数据显示,2020年贺岁档档期上映的影片目前约有59部,包括50部国产影片及9部进口影片。多家券商研报显示,临近岁末,资金的关注点将移至春节档,投资者不妨“潜伏”等待主题性投资机会。

上市公司层面,万达电影、中国电影及光线传媒均有参与春节档影片。光大证券研究员孔蓉分析:“2020年春节档将于1月25日开启,该春节档有望催化影视及院线板块的投资机

会。建议关注春节档有重点影片上映的公司:《急先锋》主出品方、《唐人街探案3》联合出品方中国电影,《姜子牙》主出品方光线传媒,《紧急救援》联合出品方猫眼娱乐;因系列制片公司欢喜传媒。院线板块投资机会可关注全产业链布局完善的中国电影,关注三四线城市布局广泛的横店影视。”

对于影视行业的投资策略,有证券公司表示,总结2019年行业数据与背后产业变化,影视内容行业在经历较为集中的调整之后已经走出至暗时间。快速的行业出清后留存下来较有项目把控能力、制作宣发能力、融资平台实力及公关能力的头部影视公司,在依旧旺盛的娱乐内容消费需求面前价值凸显,新技术与传播方式变化背景下的适应能力同样是考量内容公司的重要标准。(投资有风险,入市需谨慎)

# 花多少? 存多少? 欠多少?

## ——聚焦“90后”理财与负债

2020年刚到,第一批“90后”已经“三十而立”。而立之年的他们,财务状况怎么样?他们怎么消费,怎样理财,负债几何?

### 超九成“90后”生活有压力

“日常除吃喝外,旅游、看电影、玩游戏支出较大。”现居北京、1990年出生的郝先生刚从日本游玩归来,存钱不多、无房无车、压力不小。

这似乎就是我们印象中的“90后”。但“90后”真是如此吗?

腾讯理财通日前发布的《90后理财与消费报告》显示,98.4%的“90后”认为生活有压力,住房、汽车是主要压力来源,对恋爱消费,男生压力明显大于女生。

有意思的是,这份报告还显示,压力指数与学历成正比,学历越高的“90后”压力越大,硕士及博士成为“90后”中最高压的人群。

腾讯理财通高级研究员王钧认为:“这可能与社会、家庭对高学历人群预期较高,以及该人群自我预期较高有关。”值得关注的是,人情消费也是“90后”的重要压力来源。在腾讯理财通的报告中,选择这一项的“90后”占比达到31.7%,仅次于买房买车与日常开销。

### 近半“90后”有实质负债

“90后”除了努力工作,增加工资收

入满足消费外,他们会更多地借助信用卡、互联网分期消费产品满足消费需要。

尼尔森的《中国年轻人负债状况报告》显示,在被调查的18岁至29岁的人群中,信贷产品渗透率为86.6%。使用信用卡的比例达到46%,使用互联网分期消费产品的比例达到61%。

但信贷产品的使用,并不意味着“90后”往往超前消费、负债消费。

“很多年轻人把信用卡、花呗等消费类信贷看作是‘支付工具’,大部分债务会在当月偿还,不产生利息。”尼尔森消费者洞察研究总监何敬说,这部分人群实际上并没有真正负债。

尼尔森数据显示,去除当月还清的消费类信贷使用人群,实质负债人群为44.5%。此外,在18岁至29岁的年轻人中,还有13.4%的人群连当期还清的信贷都没有,是“完全的”零负债。

有意思的是,高知高薪人群的负债比例显著更高。尼尔森数据显示,一线城市、偏高收入、硕士及以上、有海外经

历的年轻人负债比例分别为55%、64%、64%、72%。

大部分有负债的“90后”都能及时还上款。尼尔森的报告还显示,87%的年轻人近一年中从未出现过逾期现象。

“随着消费理念转变,互联网金融技术的发展,征信的逐步规范化、社会化,消费金融行业有很大发展空间。”何敬说。这也意味着“90后”可以更多地利用消费金融带来的便利。

### 偏爱互联网平台的“90后”理财

“我几乎把80%的钱都放在了余额宝里,还有一些放在招行的一个理财产品里。”郝先生说,之前还关注过黄金,买过一点点。

郝先生并非个例,“90后”似乎比他们的父辈们更愿意理财。《90后理财与消费报告》显示,投资理财收益已成为“90后”工资外最普遍的收入来源。

中国新经济研究院联合支付宝发布的《90后攒钱报告》还显示,“90后”首次

开始理财的平均年龄是23岁,比父母辈第一次接触理财早了整整10年。

“目前的理财收益可能只是‘90后’收入的一个补充,但随着年龄增长,财产性收入比例将越来越高、越来越重要。”王钧说。

“90后”更喜欢通过互联网理财。腾讯理财通的报告显示,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。但需提醒的是,目前互联网领域仍有一些平台对产品把关不严,没能引导投资者建立长期投资、资产配置等科学投资理念,部分平台风险还较高,投资者需要仔细甄别,谨慎投资。

“对于‘90后’来说,当前大多数处在事业上上升期,更重要的是努力工作提升工资收入,为将来的财富增值打下一个好基础。”王钧说,同时也要养成良好的消费、理财习惯,树立科学的消费、理财观念。

(本报综合)

## 银行活期理财或成翻版“货币基金”

2019年以来,银行T+0理财等活期产品进入了愈来愈多投资者的视线,并成为互联网宝宝最大的竞争对手。不过,在2020年这样的情况或将发生改变。随着监管政策落地,以T+0理财为代表的银行现金管理类产品在收益率和流动性方面的优势被认为将不再存在。

现金管理类产品,是指仅投资于货币市场工具,每个交易日可办理产品份额认购、赎回的商业理财产品或者银行理财子公司理财产品。在产品名称中使用“货币”“现金”“流动”等类似字样的理财产品均为现金管理类产品。

2018年4月资管新规落地,要求银行理财打破刚兑模式,银行理财步入净值化转型阶段。随后,各家银行纷纷推出净值型现金理财产品,成为转型阶段的重要过渡产品。其中,2019年以来,银行愈加注重自身现金管理类产品的设计与推广。

“相对于货币基金,银行T+0理财优势非常明显,工作日购买当日起息、资金赎回实时到账,且支持大额资金实时赎回,收益率也要比货币基金高出一截。”融360分析师刘银平表示,以11月14日为例,18家主要银行的45只T+0理财产品的平均收益率为3.27%,而同期货币基金平均收益率仅2.38%,两者收益差距明显。

不过,2020年,这样的情况或将发生改变。近日,银保监会与央行发布《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)》(以下简称:意见稿),对现金管理类理财产品的投资范围、投资集中度要求、流动性和杠杆管控等进行进一步明确。受此影响,现金管理类产品固有优势被认为将不复存在,未来或成为翻版“货币基金”。

未来收益率优势难保。事实上,从目前市场上存续的银行类货基产品的收益率来看,大部在3.4%-3.8%区间,高于公募货基收益率。“两者收益率差产生的主要因素,在于此前银行类货基产品在投资标的、久期要求上没有明确规定,能够通过投资更高收益资产、拉长久期等方法提升收益率。”中银国际证券研报指出。根据意见稿,现金管理类产品投资范围与货币基金趋同,限于在1年以内(含)的银行存款、债券回购、中央银行票据、同业存单;剩余期限在397天以内(含)的债券、在银行间市场和证券交易所市场发行的资产支持证券等。同时产品期限不得超过120天,平均剩余存续期限不得超过240天。

“投资中短期、AAA级以上债券,都将导致现金管理类产品收益率下降。”刘银平认为,产品平均剩余期限越长,收益率越高,如果对久期进行约束,那么产品收益率无疑会随之下降。除收益率较高外,能够实现T+0的大额赎回,也是现金管理类产品对投资者更具吸引力的重要原因。不过,根据意见稿,商业银行、银行理财子公司应当审慎设定投资者在提交现金管理类产品赎回申请当日取得赎回金额的额度,对单个投资者在单个销售渠道持有的单只产品单个自然日的赎回金额设定不高于1万元的上限。受此影响,现金管理类产品今后流动性将大幅降低。总体来看,银行理财子公司所发行的现金管理类产品未来不论是起售门槛上(基本无门槛)、销售渠道(允许互联网销售),还是赎回要求上均基本与货基要求一致,将在同一起跑线上竞争。(本报综合)