

下半年银行理财市场前景如何？

新华社记者 张千千

财经聚焦

2021年过半，银行理财市场也交出了半年成绩单——1至5月份银行理财收益率呈下行趋势，6月份有所回升。资管新规过渡期还剩不到半年时间，保本理财比例正在进一步压降，理财产品净值化转型程度进一步提升。下半年，银行理财市场前景如何？

银行理财收益率下行后有所回升

“半年前买了一款理财产品，如今算下来年化收益率才2.7%。”北京市民杨女士说。

银行理财产品收益率下降已不是新鲜事，2018年初起，银行理财收益率就处于整体下行趋势。

普益标准数据显示，今年1至5月份，全国银行理财收益水平分别为3.5%、3.47%、3.46%、3.43%、3.4%，持续下行。

与银行理财“同进退”的还有广受投资者青睐的货币基金。去年末至今年初，货币基金平均收益率还在2.5%到3%之间，但随后呈下行趋势。

以天弘余额宝基金为例，去年12月31日，该基金7日年化收益率曾达到过去一年来的最高点2.335%，而后逐渐回落。今年6月30日，该基金7

日年化收益率为2.093%。

招联金融首席研究员董希淼认为，上半年理财收益走低来自三方面因素：从流动性看，上半年银行体系流动性合理充裕，通过理财产品吸引资金的动力下降；从投资者看，上半年受全球经济形势影响，风险资产波动较大，投资者更青睐风险与收益较为平衡的产品；从监管看，随着资管新规过渡期临近，理财产品加速整改，部分产品投资范围收窄，也影响了产品收益。

值得关注的是，在收益率连续5个月走低后，普益标准数据显示，6月份全国银行理财收益水平回升至3.46%。

专家认为，这与周期性因素有关。“6月份是上半年最后一个月，部分银行加强半年末流动性管理，加大理财产品发行力度，吸收更多行外资金，是6月份理财产品收益水平有所回升的原因之一。”董希淼说。

保本理财比例进一步压降，净值化转型提速

资管新规正式发布以来，过渡期曾由2019年6月延长至2020年底，而后又延长至2021年底。如今过渡期还剩不到半年时间，理财产品净值化转型在不断提速，保本理财比例进一步压降。

普益标准数据显示，2021年上半

年，全国共发行25684只理财产品，其中净值型产品16023只，占总发行量的62%，较去年同期增加32%。

今年二季度，理财产品发行数量逐月减少，但净值化程度不断提升。6月份新发理财产品中，净值型产品占比已达77%。

“截至2021年6月末，同业理财较峰值缩减96%；保本理财较峰值缩减97%，不合规短期产品缩减98%，嵌套投资规模缩减24%。”银保监会政策研究局负责人叶燕斐日前在国新办新闻发布会上介绍，到2021年一季度末，理财业务存量整改已经过半，2021年底前绝大部分银行将完成整改。

多项新规落地，理财产品收益率或将继续下行

今年上半年，多项与理财相关的新规落地，进一步规范行业发展。

6月27日，银保监会出台的《理财公司理财产品销售管理暂行办法》正式实施。除了进一步明确适用机构范围外，办法还进一步完善了禁止性规定，划出了18条红线。例如明确禁止“预测理财产品的投资业绩，或者出具、宣传理财产品预期收益率”等。

记者观察发现，目前，不少银行理财产品页面的“预期收益率”已逐步退出，由“业绩比较基准”替代。

专家表示，这是为了更好地促进产

品净值化转型，推进打破刚兑预期。

“这意味着未来不存在保本理财产品，并将推动机构根据市场需求提升产品创新能力，满足市场不同风险收益偏好。”光大银行金融市场部分析师周茂华表示，对老百姓来说，未来理财销售机构渠道更规范、理财产品信息更透明是好事，但也需要投资者充分了解产品信息，做到“买者自负”。

此外，6月11日，银保监会、人民银行联合发布《关于规范现金管理类理财产品管理有关事项的通知》，对现金管理类产品的投资范围、投资集中度要求作出规定，加强投资组合流动性管理和杠杆管控。

与货币市场基金相似，现金管理类产品面向社会公众公开发行，允许投资者每日认购赎回，容易因大规模集中赎回引发流动性风险，风险外溢性强。但此前现金管理类产品受到的约束相对较少，因而收益率普遍高于货币基金。

“现金管理类产品监管规则的出台和资管新规过渡期的临近，使理财产品整改力度加大；加之央行全面降准落地，市场流动性合理充裕，下半年理财产品收益率或将继续下行。”董希淼建议，投资者应做好收益率的“预期管理”，降低对收益的过高期望，在此基础上做好大类资产配置，通过提升资产配置能力来实现收益与风险的动态平衡。

图片新闻

河北隆尧：非遗京绣绣出增收致富路

7月18日，隆尧县北楼乡一家服装企业，工作人员在绣制京绣产品。

近年来，河北省邢台市隆尧县大力推进服装产业转型升级，鼓励当地企业引进京绣等传统技艺，发展旗袍、手工刺绣等非遗文化产品，并免费为当地留守妇女提供刺绣技能培训，在促进服装产业发展的同时，推动了传统非遗技艺的传承。

新华社记者 骆学峰 摄

离开校园走上社会，从没有收入变成有稳定收入，他们正在取代千禧一代(1984年至1995年出生)成为新的消费主力军。他们生活环境更优越，并伴着互联网长大，对商品有了更多维度的追求，更讲究个性化、多元性主观体验。

安永会计师事务所分析认为，“90后”已成为社会的中流砥柱，当前中国主力消费群体持续年轻化，正向“95后”“00后”转移。

逐步熟悉网络消费模式后，消费能力开始显现的“50后”(50岁至70岁人群)“新老年人”，叠加“小镇青年”“精致妈妈”“新锐白领”“都市蓝领”等新“新锐中产”，庞大众多的消费群体，充分彰显中国市场魅力。

一方面，既要肯定稳中加固、稳中向好的“期中”成绩；另一方面，更要看到，面对全球疫情持续演变和世界经济衰退带来的外部不确定性，消费领域虽逐步回暖但仍然承压。

超14亿人口，超4亿中等收入群体，人均GDP突破1万美元——中国超大规模市场优势明显，消费升级态势没有改变。

要让消费引擎释放更多后劲，尤其需要激活国内消费大市场，强化市场秩序监管，打通消费领域的堵点痛点，让消费“跑”起来，从而为经济稳步复苏注入更多新动力。

中国国际经济交流中心首席研究员张燕生表示，当前要强化国内大循环的主体地位，提高居民消费占GDP的比重、提高居民人均可支配收入、缩小城乡居民收入差距是当务之急。预计下半年，在疫情继续得到有效控制的情况下，消费增长的趋势将进一步持续。



“彩色稻田画”扮靓美丽乡村

近日，江西省南昌市黄马乡郭埠村种植的近百亩彩色稻田进入最佳观赏期。“彩色稻田画”以南昌县采茶戏为主题，用四种彩色稻种植出巨幅采茶戏花旦形象的艺术图案。

近年来，南昌市大力推进美丽乡村建设，走出一条乡村农旅融合发展之路。图为彩色稻田画。

新华社记者 万象 摄

沪深股指涨跌互现

呈现深强沪弱格局

新华社上海7月19日电(记者 桑彤)19日，沪深股指涨跌互现，呈现深强沪弱格局。

当日，上证综指以3530.49点低开，全天窄幅震荡，最终收报3539.12点，较前一交易日跌0.18点，跌幅为0.01%。

深证成指收报14992.90点，涨20.69点，涨幅为0.14%。创业板指数涨0.49%，收报3449.53点。

科创50指数跌0.72%至1514.18点。

沪深两市个股跌多涨少，约1800只交易品种上涨。不计算ST个股，两市逾50只个股涨停。

板块概念方面，种业、WiFi概念、住宿餐饮涨幅居前，涨幅均逾5%；磷化工、园区开发、石墨烯跌幅居前，跌幅均逾2%。

五城市

率先开展国际消费中心城市培育建设

新华社北京7月19日电(记者 于佳欣)商务部19日宣布了率先开展国际消费中心城市培育建设名单：经国务院批准，上海、北京、广州、天津、重庆五个城市榜上有名。

商务部于当日召开培育国际消费中心城市工作推进会。商务部部长王文涛在会上说，培育国际消费中心城市，是党中央、国务院作出的重大战略部署，是党的十九届五中全会提出的明确要求，对服务构建新发展格局、推动经济高质量发展、更好满足人民美好生活需要具有重要意义。

他强调，培育国际消费中心城市，要准确把握政府引导、市场运作，问题导向，突出特色，科学布局、循序渐进的基本原则和六大重点任务。具体来说，要聚焦“国际”，广泛聚集全球优质市场主体和优质商品、服务，加快培育本土品牌，努力构建融合全球消费资源的集聚地。要紧扣“消费”，高标准推进商圈建设，引领消费潮流风尚，加强市场监管服务，全力打造消费升级新高地。要突出“中心”，不断强化集聚辐射和引领带动作用，形成全球消费者集聚和区域联动发展中心。

书香致敬百年路 阅读追梦新征程

“科技强国科普丛书”受到青少年欢迎

新华社北京7月19日电 日前，新华出版社出版的《新华社记者带你探秘：嫦娥探月》一书在第十一届江苏书展上开架40分钟内销售一空，受到读者欢迎。

为期5天的第十一届江苏书展以“书香致敬百年路 阅读追梦新征程”为主题，旨在弘扬红色文化，倡导全民阅读。在诸多读物中，新华出版社最近出版的“科技强国科普丛书”之一《新华社记者带你探秘：嫦娥探月》格外引人关注。“我要努力学习，还要锻炼身体，长大后乘着中国的航天飞船到月球上去。”在书展上，一位小学四年级的小读者拿着这本书对记者说。

受访的家长及青少年表示，就阅读方式而言，随着媒体的多元化，科普内容正在凭借鲜活、实用、碎片化的特点，与人们的日常生活发生着日益紧密的联系，即使是对科学没有太多兴趣的人也会在不经意间了解许多科学知识，何况是好奇心、求知欲很强的青少年。妙趣横生、深入浅出、吸引力强的科普类读物拥有广阔前景。



广州试点小学生暑期校内托管服务工作

暑期来临，为满足广大家长需求、着力解决学生暑期“看护难”问题，广州市开展小学生校内托管服务试点工作。服务内容

包括基本托管服务和素质拓展服务。

图为7月19日，小学生在广州小北路小学上书法课。

新华社记者 黄国保 摄



加速“破圈” 活力涌动

——从消费主引擎看中国经济后劲

新华社记者 邹多为 王雨萧 戴小何

新华视点

夜幕降临，璀璨光影中，“芙蓉园”的景、“九眼桥”的潮、“音乐坊”的雅别具韵味。2021中国都市夜间经济与消费升级大会16日在成都落下帷幕，其间，50余位嘉宾参加夜游，他们感叹天府之国城市魅力之余，也为活力涌动的夜间经济点赞。

疫情防控常态化下，重新点亮的夜经济成为消费复苏一个缩影。今年以来，随着我国经济复苏稳中向好，消费市场也在持续回暖：1至6月，社会消费品零售总额同比增长23%，比2019年同期增长9%，两年平均增长4.4%。“消费拉动作用增强。上半年，最终消费支出对经济增长的贡献率达到61.7%。”国家统计局新闻发言人刘爱华说。

“十四五”新开局，消费引擎如何支撑中国经济行稳致远？

消费是拉动经济增长的主引擎。今年以来，我国城乡消费市场逐季改善，恢复态势进一步巩固。

特别是二季度，国内疫情防控形势好转，在“五一”、端午假期消费回升等因素带动下，消费需求稳步释放，此前复苏缓慢的餐饮、旅游出行等，也纷纷加快复苏脚步。

数据显示，上半年，餐饮收入同比增长48.6%，餐饮消费规模已基本恢复至2019年同期水平。民航完成旅客运输量同比增长66.4%，恢复程度为2019年同期的76.2%。其中，二季度餐饮收入同比增长29.5%，民航旅客运输量则恢复到2019年同期的89.0%。

数据明显提高的同时，消费正扩容升级，新业态、新模式的加速“破圈”，积极助推消费活力绽放。

——消费市场更加细分，新国潮不断“圈粉”。

新品牌集体爆发！今年的“天猫618”成绩单传递“出人意料”的信号。在与“前辈们”同台竞技中，459个“草根”品牌“逆袭”登顶细分行业冠军。

从智能猫砂盆到宠物口腔清洁，从大码女装到大杯文胸，从“肥宅快乐水”到“吨吨吨吨吨”小甜酒……新品牌的亮眼战绩不仅吸引了8亿消费者用“购物车”投下信任票，也成为投资人密切关注的“潜力股”。

在中国人民大学公共管理学院教授许光建看来，疫情刺激下，消费升级不断拓展，“破壁”“出圈”“豹变”等一系列创新型消费已经成为消费新的增长点。

——消费模式日新月异，新场景应接不暇。

只有想不到，没有做不到。旅游

企业跨界做电商、银行App跨界搞直播、加油站跨界卖蔬菜……受疫情影响，许多消费新场景持续涌现。

未来还将有这样一种超市，让你“欲罢不能”：只需扫描进店，拿走商品时无需结账，出店那一瞬间，手机自动完成扣款。这就是不久前在2021世界人工智能大会上亮相的智慧商店。

线上线下一体化消费带来精准、方便、快捷的智能生活，直播带货让你足不出户也能实现“买买买”，AR、VR、高清巨幕、球幕等技术融合打造出全方位沉浸式体验……不断“刷新”认知的新场景，激发出消费新需求，释放出消费新潜力。

中国贸促会研究院副院长赵萍表示，这些变化将对供给端产生新的牵引力，促进供给方式变革，增加有效供给，有利于供需之间的良性循环，并促进经济高质量发展。

——消费趋势个性多元，新群体已然崛起。

一个富有活力的消费市场必须有强有力的消费主体支撑。适应消费升级新趋势的“主力军”在哪里？

有这样一群人，他们是商业模式的“宠儿”，各大应用瞄准的“香饽饽”；他们容易接受新鲜事物，愿意为新兴消费买单。他们就是中国“Z世代”(1995年至2009年出生)。