

2023年存款利率经历3轮较大幅度下调——

□ 本报记者 王宝会

银行理财市场如何抓住机遇

2023年以来，人民币存款挂牌利率一路走低，国有大行充当先头部队，率先下调存款利率，紧接着中小银行跟进下调。总的来看，2023年存款利率经历了3轮较大幅度下调，3年期、5年期定期存款利率均有所下降，国有大行3年期定期存款利率降至2%左右。这对银行理财市场产生哪些影响？投资者该如何做好资产配置？

“储蓄搬家”或将强化

随着存款利率下调，对习惯存款理财的用户来说，最直接的影响是收益降低，不排除部分存款回流银行理财市场，“储蓄搬家”现象或将强化。

“低利率环境下，相比存款，理财以其稳健性的特点和相对较高的收益获得更多的吸引力。随着存款利率的下行，投资者将更加重视长期财富管理和资产配置，以实现跑赢通胀和收益稳定的目的。”普益标准研究员李振宇表示，银行理财以往能够提供多元化的投资选择，根据用户个人风险偏好进行个性化的产品推荐，并能通过专业的风险管理和咨询服务，实现长期稳健的财富管理。银行存款利率下调，对银行理财或形成利好。

普益标准数据显示，2023年12月全市场共新发2906款理财产品，其中理财公司新发1528款，占比已超五成。目前，6家国有大行均已布局理财公司，12家全国性股份制银行基本上已设立理财公司。此外，多家城商行和部分农商行也在积极布局 and 开设理财公司。

近日，浙商银行发布公告称，该行于2023年12月29日收到《国家金融监督管理总局关于筹建浙银理财有限责任公司的批复》。根据批复，浙商银行获准筹建浙银理财有限责任公司，这将是我国银行理财子公司的第32家理财公司。

理财公司在理财市场的主力军作用日益凸显，银行理财与存款利率之间的“跷跷板效应”也逐渐凸显。2023年末，工行、农行、中行、建行等国有大行在2023年内第3次下调了存款挂牌利率。在存款利率持续走低的背景下，部分银行推出年终专属理财产品进行营销，以此增强用户吸引力。此外，部分现金管理类理财产品收益率出现上升。专家表示，这是受跨年等流动性因素影响，银行理财收益短期冲高。不过，后续随着利率下行，收益率将受到一定影响。

银行理财优势显现

从2023年理财代销渠道来看，理财公司合作代销机构数量逐步上升，其理财产品



品由母行代销金额占比进一步下降。理财公司在不断拓展自身的他行代销渠道、逐渐减少对母行依赖，增强自身的竞争力。

中信证券首席经济学家明明表示，经济稳增长仍需维持货币政策的持续宽松。随着存款利率下调，银行净息差将面临较大压力，为配合中国人民银行货币政策，2024年或仍将推动数轮存款利率的调整，届时理财收益优势将更加凸显，部分优质现金理财产品收益率可能会跑赢3年期定期存款利率。目前，破净率也处于历史相对低位，赎回潮再起波澜恐将不再，2024年上半年理财规模将小幅平稳增长，有望达到28万亿元左右。“当前，诸多大行已经上架代销他行理财公司的产品，倒逼本行理财公司推出更多具有竞争力的产品。”明明说。

值得注意的是，在存款利率下调的背景下，理财公司如果过度将往期收益向投资者进行业绩展示，这将不能充分反映理财产品风险收益特征。据中国银行业协会《理财产品过往业绩展示行为准则》，展示理财产品过往业绩应当有助于向投资者充分披露信息和揭示风险，真实、准确体现管理人的投资管理水平，保障投资者的知情权，增强投资者对产品性质和特点的判断。

专家表示，片面的不规范展示理财产品过往业绩容易使投资者产生投资误判，理财公司应完全披露信息和揭示风险，使投资者更加了解产品性质、特点及过往业绩产生原因。

据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（2023年上）》，在推进经济高质量发展进程中，理财公司找准功能定位，着力发挥优势专长，走好差异化发展路径，构建自身的核心投资能力和投资策略，践行长期价值投

资，满足市场多偏好、多层次资金需求。银行理财作为后起之秀，在为理财市场注入新鲜血液的同时，投研能力不足、核心业务竞争力相对薄弱的问题时困扰其发展，未来在资管行业如何领跑突围仍是当前的重要课题。

业内人士表示，银行理财实现了从保本保息的“类存款”产品向市场化浮动收益的净值型产品的全面转型，独特的渠道优势奠定了银行理财更为下沉的基础，也决定了银行理财投资者风险偏好较低、追求“确定性”的特征。

低风险理财需求大

据中信证券明明团队研报测算，截至2023年末，银行理财规模约26.96万亿元，同比仅下降约2.5%，可以说2023年银行理财扛住了较大冲击。同时，这也使得投资者的投资策略变得更趋保守。

杭银理财有关负责人表示，在银行理财从保本保息向市场化浮动收益的净值型产品全面转型的大背景下，居民对长期低风险理财的需求始终存在。如何帮助投资者应对存款利率不断下行的情况、满足低风险理财的需要，银行理财要以投资者为中心，加快深耕投研能力建设。

近日，记者发现多家中小银行上调了存款利率，有的大额存单3年期存款利率高达3.55%，对比国有大行，存款利率差达1.6%



左右，5年期利率差更高达1.95%。业内人士表示，近期部分中小银行调高存款利率，希望增加市场竞争力，虽然短期利率有所上涨，但未来存款利率仍有下降可能。建议投资者不妨抓住存款理财产品利率短期上扬时机，做好理财安排。

光大证券金融行业首席分析师王一峰表示，在经济逐步筑底企稳预期下，居民风险偏好改善可能是相对缓慢的过程，理财仍以低波动稳健产品为重点方向。

随着理财公司争相布局低波动稳健产品线，产品同质化特征将更加凸显，加上产品收益率缺乏相对吸引力，理财机构间的竞争或将进一步加剧。“从资产端来看，理财公司拥有资管行业配置空间较广的可投资资产种类，可以充分整合优质标的资源，争取最优的多资产配置和协同效益，不断增厚投资者收益。此外，银行理财机构应立足投资者切实需要，紧跟国家宏观政策导向，围绕产品特色和自身资源禀赋，构建专业投研体系，打造具备银行理财特色的差异化竞争利器。”李振宇说。

截至2023年末——

招银理财、兴银理财、信银理财、光大理财、浦银理财等——

共11家

主要理财公司存续规模合计 **16.82万亿元**较2023年初 **17.05万亿元**▼下降约**1.4%**

破除“最低价协议”，

打造一个健康、公平、和谐

的线上消费环境，对更好

发挥直播电商在丰富消费

场景、激发消费活力等方

面的作用至关重要。

王明昊

“给大家争取到了最大力度优惠，保证全网最低价！”这样的话术，许多参与过直播购物的消费者都不会陌生。所谓全网最低价往往是“最低价协议”，可能涉嫌垄断、扰乱市场秩序同时损害其他经营主体利益，需引起重视。

近日，上海市市场监督管理局对此前出台的《上海市网络直播营销活动合规指引》进行了修订，提出不应要求平台内经营者签订“最低价协议”或其他不合理排他性强制条款，进一步完善了直播电商发展的法规标准。

“最低价协议”的形成，与直播电商各参与主体间不对等地位有关。部分电商平台和头部主播因具有较大流量，在市场中占据明显优势地位，其在与商家议价过程中处于强势地位，为赚取更多利润巩固自身价格优势，会要求与商家签订所谓的“最低价协议”，对其他销售渠道进行限价，甚至有的还会限制其他渠道的销售。商家特别是一些品牌知名度不高或是刚起步的小企业，为了获取销量、提高品牌知名度，只好同意在销售价格上作出让步。

虽然“最低价协议”看似让商家赚了销量，让消费者得了实惠，但实际上并非一笔双赢的买卖。

从商家角度来看，商家通过让渡一定利润确实换取了一定的销量，但这并非建立在消费者对品牌认可的基础上，而是其为头部主播影响力买单。随着商家逐渐对平台和头部主播形成依赖，平台和头部主播在商品议价过程中的话语权日益增加，议价权有可能变成定价权，长此以往，不利于商家形成稳定价格体系和品牌建设。

从消费者角度来看，“最低价协议”损害的还是消费者利益。一方面，平台和头部主播给出的所谓最低价并不是按照市场情况制定的真实优惠价格，而是根据自身利益确定的单一价格，一旦高于同类商品的正常市场价格，会让消费者“明赚暗亏”；另一方面，“最低价协议”压低了商家利润，为了维持正常经营，商家很有可能在商品生产环节偷工减料以降低成本，到头来还是由消费者承担相应后果。

上海市市场监管局根据新修订网络直播规范，为治理“最低价协议”提供了依据，体现了有关部门对直播电商发展的关注和重视。不过，要想使法条充分发挥效力，还应配合其他措施多管齐下。平台可通过纳入信用监管体系、定期检查评估、设置奖惩规则等激发平台合规建设的积极性和主动性。在网络主播职业化的今天，应提升主播进入的门槛，完善相关制度，建立健全行业规范和从业者道德规范，同时要细化对违法主播的惩戒措施，提高违法成本。部分商家也应转变“重营销、轻研发”的经营思维，推动资源向提升产品品质倾斜，以优质产品逐步建立起品牌美誉度和影响力，才是摆脱渠道依赖，实现可持续发展的根本路径。

如今，从物美价廉的日用好物到“长在深山人未识”的特色农产品，正通过直播镜头走进万千消费者的视野，电商平台、带货主播对扩内需、促消费的价值正日益凸显。从这个意义上说，破除“最低价协议”，打造一个健康、公平、和谐的线上消费环境，对更好发挥直播电商在丰富消费场景、激发消费活力等方面的作用至关重要。

本版编辑 孟飞 李苑美 编 倪梦婷
来稿邮箱 jrbgzb@163.com

二手手机回收市场亟待规范

中国经济网记者 杨秀峰

□ “十四五”期间，我国手机闲置总量预计达60亿部；我国二手手机潜在价值超过6000亿元。庞大的基数为

二手手机回收市场创造了巨大供给和发展空间。

□ 二手手机回收行业的透明度和标准化是行业发展的关键问题之一。只有通过提高透明度、推进标准化、保护

消费者权益等措施，解决行业顽疾，才能推动行业健康发展。

随着手机更新迭代速度加快，消费者更换手机的频率也越来越高。据中研普华研报，“十四五”期间，我国手机闲置总量预计达60亿部；企鵝智库数据初步估算，我国二手手机潜在价值超过6000亿元。庞大的基数为二手手机回收市场创造了巨大供给和发展空间，也吸引了不少互联网巨头和资本争相进场。这个行业目前发展现状如何，还存在什么问题、面临什么挑战？

2022年，国家发展改革委、商务部等部门印发《促进绿色消费实施方案》提出，要拓宽闲置资源共享利用和二手交易渠道。转转集团CEO黄炜表示，随着人们消费观念转变、环保意识的提高，以及政策利好的不断释放，二手手机回收市场发展潜力较大。

智研咨询《2023年中国二手手机交易平台行业全景速览》显示，近年来，我国手机更新换代速度加快，出于成本效益考虑，越来越多消费者选择购买二手手机。2020年我国二手手机交易量达15200万部，二手手机交易金额达1800亿元，预计

2023年我国二手手机交易量和交易金额将分别达到25490万部和3790亿元。

业内人士表示，作为非标准化产品，品牌、成色、型号不一的二手手机，在回收和二次出售时价格差异较大，利润较高。

在巨大的利润和广阔的市场前景吸引下，越来越多的互联网企业加入这一赛道。除了闲鱼、转转等综合性二手交易平台，还涌现出万物新生（爱回收）等二手电子产品类交易平台。与此同时，华为、苹果等手机品牌也推出了“以旧换新”服务。

“不同于二手房、二手车的高市场渗透率，二手电子产品行业在中国起步较晚，10多年时间，行业经历了从早年的小散乱到专业化、规范化和规模化发展的过程。整体来说，二手电子产品行业目前仍是一个渗透率很低的行业，渗透率仅为4.2%。”万物新生集团对外事务负责人田牧表示，我国二手电子产品，特别是二手手机存在供需不平衡现状，因为回收渠道分散，导致供应不足，同时不少闲置手机没有进入

回收及再流通或处置渠道，因此，仍有大量空白市场等待开发。

随着越来越多二手手机回收公司的出现，售价与预估价相差较大、回收平台评估条件苛刻、购买二手手机缺乏质量保障、难以退换货等行业矛盾也越来越突出。田牧表示，从手机回收端来说，很多用户对手机回收的认知较浅。比如，欧美国家手机回收渗透率在40%以上，国内目前是10%至15%。从手机销售端来说，部分商家销售不合规翻新产品，扰乱了市场秩序。

此前，由于缺乏正规的二手手机回收渠道，加上回收过程中没有统一的质检与定价标准，信息不透明、讨价还价耗时耗力等原因，都造成了消费者对二手手机回收的信任度不高、回收意愿较低。

上海金融与法律研究院研究员刘远举表示，目前二手手机回收行业存在的问题，除了消费者回收意愿低下、回收标准体系不健全外，还有二手交易平台管理不规范等问题。

由于交易物高度非标，买家与卖家之

前存在信息差以及交易不透明等，使得二手手机回收市场存在诸多痛点。黄炜表示，标准化一定是二手手机回收行业未来发展方向。比如，转转制定了一些验机标准，在质检过程中，坚持“一物一验”，并为符合条件的商品提供质量评估，输出质检报告，从而增强买卖双方的信任，并由此升级打造成“官方验”体系。

一边是逐渐扩大的二手手机回收市场，一边是消费者信任度和行业标准的缺失，如何推动行业行稳致远？

中国旧货业协会副秘书长阎森表示，行业的透明度和标准化是行业发展的关键。“目前，许多消费者对二手交易平台的质量分级、鉴定估价等方面存在质疑，企业在树立企业品牌形象、诚信经营口碑、售后服务保障等方面需要建立更加透明和标准化的运营体系。”阎森说。

“二手手机回收市场规范化发展，核心是围绕二手交易的天然属性——非标和信任这一问题来展开，通过各方合力实现规范化、标准化发展。”刘远举建议，在市场层面，加强回收网络建设，提供便捷高效的回收服务；加强科技创新，实现数字化和智能化回收；加强产业链协作，推动制造商、销售商、回收企业和再生产企业等各环节形成联动。在管理者层面，进一步健全相关法规政策，制定统一的行业标准，包括统一的技术标准、质检与定价标准等。在消费者层面，加强废旧手机回收宣传教育，在解决好隐私泄露难题前提下，提升消费者回收意愿。

多位业内人士表示，在追求经济效益的同时，关注行业发展的长远利益，通过提高透明度、推进标准化、保护消费者权益等措施，解决行业顽疾，推动行业的健康发展。