

独立性打折 综合性理财顾问稀缺

第三方理财遭遇成长的烦恼



面对18%的年收益率，你心动吗？1月21日，家住长沙市中山亭的肖爹爹向本报反映，位于五一大道的一家理财机构博阳创富推出三款理财产品，5万元起购，年化收益率在12%—18%不等，吸引了很多中老年人。

随着居民财富迅速增长，市民对财富保值增值的需求日渐强烈，第三方理财行业“忽如一夜春风来，千树万树梨花开。”然而，急剧膨胀，很难摆脱“营养不良”的怪圈，第三方理财繁荣背后的问题不言而喻。

超高收益撬开投资者钱包

“所有新老客户均有惊喜，现场存50万元送46寸液晶电视，存100万元送大3P空调”，肖爹爹说这是博阳创富打出的理财宣传标语。

事实上，“超高收益率+丰厚礼品”模式，成为某些所谓第三方理财机构撬开中老年人“钱包”屡试不爽的杀手锏。他们热衷于推销年化收益率超过12%的有限合伙类

的高风险产品，这对于追求稳健固定收益的投资者来说无异于“饮鸩止渴”。

一名不愿具名的业内人士表示，一些人以投机心态进入这个行业，希望赚快钱。几个人或十几个人成立一家公司，或自己开发或通过私下关系拿些产品就开卖，并宣称是第三方理财机构，像博阳创富这样的财富管理公司就如此“暗渡陈仓”。

第三方理财陷利益博弈

据招行发布的2013年中国财富报告数据显示，2010—2012年间，湖南高净值人口复合增速超20%，日渐庞大的富豪群体热切寻找着财富的投资出口，而诸如存款、股票等传统投资渠道或因收益率过低、或因不确定性风险过大被他们“抛弃”，这些都给高净值市场带来了巨大的想象空间。

虽然第三方理财已经成为一种趋势，但其成长同样遭遇了挑战。

从定义来看，第三方理财机构独立于金融机构之外，把市场上各种让人眼花缭乱的金融产品进行一个科学、合理的配置并推荐给合适的投资者。因此其本应“只卖规划不卖产品”或“规划为主产品为辅”。

然而，眼下的市场现实与初衷背道而驰。很多第三方理财机构“卖产品为主规划为辅”，这除了与早前投资者的投资理念有关，更重要

的是机构首先要解决生存的问题”，刘亚辉如是说，“机构70%左右的收入来自于产品销售，30%来自于咨询”。

据悉，信托产品的配置比重常占第三方理财机构经营业务的七成以上，而大部分第三方理财的盈利点也就在于此。记者了解到，信托产品包销回报率高达20%，加上大部分市民都偏爱固定收益信托，为了迎合市场的需求，第三方理财机构的橄榄枝自然抛向了信托产品。第三方陷入短期利益博弈，其宣扬的独立性大打折扣。

当“中国式”第三方理财采用“卖产品”的模式之后，问题就出现了：没有产品的第三方不得不依赖于产品供应商——上游供应商供给产品，你才能给客户推荐。否则，给客户设计的资产配置方案便会成为一纸空文。

业内人士称，大部分第三方理财公司产品单一，无法建立起一个经过精挑细选的“金融精品店”，更别说资产配置。



综合性理财顾问“屈指可数”

“目前第三方理财机构最严峻的挑战之一是为客户提供专业服务的财富管理专业人员严重不足。”此前有机构调查显示，全国第三方理财机构专业理财顾问缺口超20万。“在香港和台湾，标准的理财规划师应该持有银行、保险、证券、房地产经纪等多种牌照，但在国内牌照比较单一，理财顾问的综合性与复合性远远不够”，刘亚辉表示。

与此形成鲜明对比的是，大部分理财机构销售队伍庞大。部分刚刚起步的理财机构运营资本非常少，必须靠销售、迅速回款才能生存下来，积累到一定的客户资源才有能力去加强自己的研究团队。

由于门槛低并有监管滞后的“便利”，不少其他领域的销售人员，也都纷纷跳入第三方理财的蓝海。

业内人士称，很多连锁的财富管理公司都有再“分包”销售的现象，即把自己拿到的产品包销给中介、银行的私人客户经理以及行业协会人员，导致团队很难获得持续成长。

此外，整个行业的销售导向也使从业人员流动性高企。据业内人士透露，一般公司员工离职率在30%左右，某些大肆扩张的机构离职率会达到50%。“离职的人员不是因为卖不出产品干不下去，就是积累了一定客户资源，自己立个山头开理财公司去了。”一家理财机构人士说。

本应是专业理财顾问唱主角的舞台，却变成销售人员拼命厮杀的战场，感受不到理财服务的专业性、成熟性和高门槛，也就难怪很多投资人对理财市场心存疑虑了。

■三湘华声全媒体记者 蔡平

聚宝盆

中原证券

产品名称：中原鼎盛高收益银行理财产品
购买日期：1月23日~1月29日
购买起点：5万元
投资期限：1个月
预期收益(年化)：6.5%~7.0%

光大银行

产品名称：春节专属理财
购买日期：即日起预约
购买起点：5万元起
预期收益(年化)：5.8%~7.0%

兴业银行

产品名称：万利宝
购买日期：1月24日~2月7日
购买金额：100万元
期限：11个月后可赎回
预期收益率(年化)：7.0%

浦发银行

产品名称：春节高收益理财产品
购买日期：1月23日~1月28日
购买起点：50万元
投资期限：90天、182天、274天
预期收益(年化)：6.5%、6.8%、7%

招商银行

产品名称：鼎鼎成金
购买日期：1月24~1月25日
认购起点：5万元起
期限：40天
预期收益(年化)：6.2%

中国银行

产品名称：中银稳富
购买日期：1月23日~1月27日
起购金额：10万元
期限：302天
预期收益(年化)：5.9%

民生银行

产品名称：非凡资产管理
购买日期：1月24日
起购金额：10万元
期限：90天
预期收益(年化)：5.9%

华夏银行

产品名称：增盈增强
购买日期：1月24日~1月28日
起购金额：20万元
期限：36天
预期收益(年化)：6.0%

■通讯员 陈翔 赵书生 魏锐 成晶晶
三湘华声全媒体记者 刘永涛 梁兴



扫一扫，了解更多信息

华融湘江银行“市场贷”为个人客户送“及时雨”

“在建材家具城打拼多年，经营得还不错，但时常也会出现资金周转困难。”长沙高桥市场杨老板坦言，不少像他这样的个体老板经常会碰到资金周转的问题，找亲朋好友东拼西凑也不是那么容易，没想到从华融湘江银行借款又快、又省利息。

记者从华融湘江银行了解到，近期该行推出的“市场贷”，主要向集中交易市场或商

圈内的个人经营者发放。

据介绍，与传统中小企业金融产品相比，“市场贷”产品具有一次授信，循环使用、用款方便，随借随还、申请简便，审批快捷等优点。借款人通过该行一次授信以后，可以在授信额度有效期内循环使用；以POS交易流水为授信依据，华融湘江银行及他行POS交易流水均可，无需提供担保，可随时办

理用款和还款手续；若申请资料齐全，5个工作日内完成审批和放款。

“市场贷是基于有市场管理条件下，面向众多个体工商户、私营业主发放的贷款，是零售贷款批发的一种模式创新”，华融湘江银行相关负责人表示，“市场贷尚处在推广阶段，目前市场的选择主要以与居民日常生活息息相关的快速消费类商品的批发市场为主，优先考虑

鞋帽、皮具、家纺、家具、食品、家电等消费品市场或布料、皮革等轻工业原材料市场，受益客户将达到10万户以上，会大大促进商业发展”。

■三湘华声全媒体记者 肖志芳

