

存款“降息”后投资者该如何打理好“钱袋子”？

■本报记者 苏向泉

近期，“存款特种兵”现象持续受到市场关注。“存款特种兵”即追求高利息的跨城存款者。这一现象的背后，是今年以来存款利率持续下行，广大投资者面临理财焦虑。

那么，投资者当下该如何理解不同理财产品的优劣势，并打理好自己的“钱袋子”？对此，多位业内人士及专家建议投资者要结合自身流动性需求及风险收益目标，根据不同理财产品的属性，综合判断、多元投资。

多元配置：选择与自身需求匹配的理财

目前，投资者普遍可接触到的理财产品包括银行存款、银行理财、保险产品、公募基金、信托产品等。面对众多理财方式，投资者该如何选择？

对此，中信证券首席经济学家明明建议，投资者先按支出进行合理分类，包括日常消费、应急储备、长期投资等，再利用现有金融工具来实现每个细项目标，以进行合理的财富规划。选择金融工具时，要结合流动性需求以及风险收益目标综合判断，多元投资，不盲目跟风，选择与自身需求相匹配的产品。

具体看，明明表示，如果追求保本，同时短期内不会使用资金，可投资银行定期存款或保险年金等；如果能接受一定的折损风险，但追求低波动以及高于存款的收益，可以投资固收类银行理财、债券型基金或低风险信托产品。其中，流动性需求更高的投资者可以关注货币基金或者现金理财；如果风险承受能力更高，希望以较大的风险博取更高收益，则可以投资权益类基金。

投资者也要了解不同理财产品的主要优缺点。在普益标准研究员姜玲看来，银行存款安全性最高，但当前存在“降息”压力；银行理财流动性较强，但收益率随资本市场产生波动；保险产品安全性高，但流动性一般；公募基金产品购买门槛较低、流动性较好，但费用相对银行理财较高；信托产品具有债务隔离功能且收益率相对较高，但投资起点较高。

在了解了不同理财产品的属性后，普益标准研究员黄诗慧建议，投资者应基于自身投资能力、风险偏好、可投资资产等多方面因素，进行多元化资产配置，并合理分配资产配置比例。

川财证券首席经济学家陈雳补充说，多元化配置资产虽能在一定程度上降低投资风险，但对投资者金融知识水平要求比较高，因此，投资者也要加强对理财知识的学习。

银行理财：不迷信历史高收益率

除总体投资策略之外，专家还对不同理财产品提出针对性建议。

银行理财是投资者最重要的理财方式之一。截至2022年年底，银行理财市场存续规模高达27.65万亿元，为投资者创造收益8800亿元。今年以来，在存款利率下行背景下，存款“搬家”到银行理财的现象较为显著，如何配置银行理财备受关注。

多位专家表示，自2022年开始，银行理财净值化后，不再承诺保底收益，有可能会亏损，这是近两年银行理财市场的最大变化，也是投资者需要首要了解的内容。在此基础上，要选择与自身风险容忍度相匹配



公募基金是投资者较为关注的一类理财。中国基金业协会公布的数据显示，截至今年5月末公募基金整体规模达27.77万亿元，再创历史新高

王琳/制图

配的产品，并选择投资能力较强的理财机构。

陈雳对记者表示，净值化后银行理财收益率变化与债市、股市波动等诸多因素有关，投资者在购买银行理财时，要做到不迷信历史高收益率，不盲目投资，选择正规机构。

今年上半年受益于债市走牛，固收类银行理财收益率表现亮眼，投资者较为关注下半年银行理财收益率走势。对此，明明提醒投资者，目前10年期国债收益率已经达到了相对低位，未来一段时间预计维持震荡，信用利差的挖掘空间也显著降低。因此，后续新发理财可能难以维持上半年的高收益率。

保险产品：要认识到低流动性特征

存款“降息”背景下，普通寿险、增额终身寿险、分红险、万能险等具有保底收益特征的保险产品也受到投资者广泛关注。

一方面，部分寿险产品预定利率仍高达3.5%，高于不少银行的五年期定期存款利率；另一方面，保险还具有其他理财产品所不具备的保险保障功能。在这两大优势加持下，寿险保费增速较快。国家金融监督管理总局披露的数据显示，5月份单月寿险保费同比增长25%。

不过，需要提醒投资者的是，预定利率较高的储蓄类寿险产品的保险期间普遍为5年及以上，甚至长达数十年，这也意味着该类产品的流动性较低，投资者在投保时要清醒地认识到这一特征。

中国精算师协会创始会员、资深精算师徐彦琛对记者表示，如果投资者对保险产品的长期性预计不足，一旦面临现金流紧张，则需要提前退保，这会造成“本金”损失。以市面上一款5年期、每年缴5万元的保险为例，若在第三个保单年度退保，则前2年所缴的10万元只会退回不到3万元，投保人“本金”损失惨重。

“消费者对保险的保障需求可概括为五个字：生、老、病、死、残。因

此，要针对性地买保险。”徐彦琛表示，购买保险可以概括为三大原则：先需求后产品、先大人后小孩、先保障后理财。

英国精算师协会会员及泰生元精算咨询公司创始人毛艳辉也建议投资者，购买保险首先要看自己对保险产品本身的需求，而不能因存款利率下行及部分保险产品预定利率即将下调就跟风投保。在需求的基础上，要根据家庭结构、风险结构合理搭配购买。

此外，就近期市面上热销的预定利率为3.5%的寿险产品，一家上市保险中介机构相关负责人对记者表示，该类保险产品最近比较火，能兼顾理财与保障，投资者可以投保，以赶上高预定利率的“末班车”，但需要充分了解其资金占用期限，评估好自己的现金流。

公募基金：权益型产品性价比相对较高

除上述两类理财方式之外，公募基金也是投资者较为关注的一类理财。中国基金业协会公布的数据显示，截至今年5月末公募基金整体规模达27.77万亿元，再创历史新高。

上海证券基金评价研究中心高级基金分析师池云飞对记者表示，公募基金产品具有公开、平等、品种多、易获取、流动性好、监管严格等优势，能满足广大投资者的不同投资需求与风险偏好。

池云飞建议，从长期配置的角度看，当前权益资产的性价比高于债券，对于风险承受能力较高的投资者，组合配置上仍以权益型基金产品或混合型产品为主；对于风险承受力较低的投资者，建议以低风险、低波动的固收基金产品为主。

池云飞解释称，中长期看，权益型产品有望带来更为丰厚的收益，不过短期内结构性行情和波动可能仍会持续。固收类产品低波动、低风险特征更有利于带来稳健的收益。混合型基金会在大类资产层面做配置，风险和收益介于权益型和固收型产品之间，属于不错的中间选项。

明明则建议，投资者应该明确自身的风险偏好和收益预期，适度分散投资，避免风险过于集中于某一产品或行业；控制交易频率，避免支付过多的申购费、赎回费等，在无形中降低了收益率。

信托产品：首要选择优质机构

近年来，信托产品也受到投资者关注。

国泰康信信托研究院院长邢成对记者表示，在大资管背景下，信托产品和其他理财无实质性区别，但也有不同之处，体现在三方面：一是信托理财相关法律更为完善、明确；二是信托财产的独立性更强，比如其拥有风险隔离的作用；三是投资方式更加灵活。

尽管有诸多优势，但近年来也出现了部分信托产品无法按期兑付的现象，挫伤了投资者信心。对此，邢成表示，目前信托产品的投资者既包括普通投资人，也包括高净值和超高净值投资人，总体看，信托产品的安全性相对较高，履约兑付率高，风险可控。

基于上述分析，邢成建议，对于初涉信托理财的投资者，配置信托资产可占总资产的20%-30%，而对信托较为熟悉的投资者可以稍微增配。首先需要提醒投资者的是，选择信托机构的重要性要高于选择信托产品，要选择口碑良好、资本实力强、投资能力优秀的信托机构。挑选优质信托机构可参考如下指标：一看控股股东；二看监管评级、分类；三看有没有涉诉案件或处罚记录；四看财务数据，包括营收、利润等。其次，要重点关注信托产品的底层投资资产或项目，再者，要关注预期收益率。

从具体产品来看，百瑞信托郑州财富管理一部总监王伟对记者表示，信托产品的收益和风险是对等的。对于传统非标固收信托，投资者可适度投资。对于标品信托，投资者可以尝试对其准确性、完整性和及时性做出任何保证，对因使用本文引发的损失不承担任何责任。

一部剧带火一座城 影视IP为暑期旅游消费复苏再添一把火

■本报记者 刘萌

近日，暑期档动画电影《长安三万里》热映带火了西安旅游。飞猪数据显示，近一个月，西安相关线路游及一日游等度假商品的预订量环比增长165%，西安市内博物馆门票销售环比增长279%，西安市曲江新区联合电影出品方推出6条IP同款暑期研学线路。

“我家孩子上二年级，7月11日，我们刚看了《长安三万里》，现在已经买好了7月31日去西安的机票。”家住北京市海淀区的张女士对《证券日报》记者表示，看完电影后孩子一直说西安太美了，想去看看李白、杜甫、王维走过的地方。

事实上，今年已经出现多次“一部剧带火一座城”的现象。今年4月份，优酷奇幻仙侠剧《长月烬明》呈现出热剧效应，带动蚌埠旅游爆发式增长，“五一”假期接待游客417.6万人次，较2019年增长162.39%；实现旅游收入14.94亿元，较2019年增长319.66%。近期，《偷偷藏不住》热映，带动该剧在厦门的多个取景地迅速走红，取景地环岛浪漫线丁字坝也成为爆款打卡点，节假日单日客流量最高达10万人次。

“最近两年，热门影视剧取景地带动相关城市的情况越来越多。”一位旅游业从业者在接受《证券日报》记者采访时表示，随着《长安三万里》上映，咨询西安路线的客户明显增多，主要以家庭为主，咨询的重点多是围绕亲子研学，公司也顺势推出了针对不同年龄段的研学路线。

星图金融研究院高级研究员付一夫对《证券日报》记者表示，影视剧赋予了城市更加鲜活的形象，借助影视IP赋能，文旅融合成为吸引游客的新方式。一方面影视作品可以借助优质景区的加持来提高收视率和热度；另一方面各城市各景点也可以依托影视作品的推广影响来扩大知名度，并吸引游客前来观光，可谓在双向奔赴中实现共赢。

电影行业复苏态势向好 中国电影上半年净利同比最高预增近18倍

■本报记者 贺玉娟

业绩超预期！7月12日晚间，中国电影披露了上半年业绩预告，预计上半年净利润为2.8亿元到3.8亿元，同比增加1287.12%到1782.52%。

对于业绩预增的原因，中国电影表示，主要系电影行业复苏态势向好，同时公司主营业务稳步发展。具体来看，报告期内，中国电影主导或参与出品并投放市场的影片共20部，累计实现票房146.71亿元，而2022年同期为80.59亿元；公司主导或参与发行国产影片共234部，累计票房163.07亿元，2022年同期为93.56亿元，票房增长明显。

电影票房持续向好

对于目前电影暑期档的票房表现，猫眼电影分析师贺昱在接受《证券日报》记者采访时表示：“今年暑期档仅用40天总票房就突破了70亿元，较2019年同期增长21.8%”。

今年春节档电影消费市场实现“开门红”。影片《满江红》《流浪地球2》的火爆，助力春节档取得同档期影史第二位的票房成绩，拿下67.58亿元的票房。

受益于上半年多部影片的出圈，电影消费市场整体恢复态势喜人。国家电影局数据显示，截至6月30日，2023年电影总票房262.71亿元，较2022年同期增长52.91%。其中，国产片票房199.44亿元，占全国票房总额的75.92%；全国观影总人次6.04亿，较2022年同期增长51.76%。

随着电影市场各项活动持续恢复活力，包括中国电影在内的多个上市影企业绩修复明显。

在内容创作端，据中国电影披露，今年上半年，中影基地共为223部影视作品提供制作服务，包括128部电影、3部电视剧及92部纪录片、宣传片等。值得一提的是，中影基地几乎承接了国内三分之一以上的电影拍摄服务。

万达电影方面曾表示，当前行业影片供给数量、档期时间已经恢复到市场的正常水平。

在影院扩张方面，影院的技术升级仍是市场关注所在，各大院线影企仍在跑马圈地提升院线市场占有率。截至6月末，中国电影在国内已开业CINITY

跟着影视剧打卡成为热潮，众多平台以及多地文旅部门还通过影视IP种草目的地，引导消费者打卡取景地同款路线，为旅游业发展注入新动能。

优酷工作人员对《证券日报》记者表示，以《长月烬明》为例，除了带火了蚌埠，剧中人物“宣城王萧凛”也让安徽省宣城市找到了宣传点。剧集热播期间，宣城市文旅局在官方微博发布了多条旅游推介信息，喊话网友打卡；此外，因剧中美术设计取材敦煌文化，敦煌也呼吁广大网友前往游玩。许多网友评论说“追一部剧，种草了这么多城市”“文旅局们卷起来，还有哪里要推介”。

巨丰投顾高级投资顾问侯贤平在接受《证券日报》记者采访时表示，影视作品具有广泛的观众基础，观众对作品的喜爱转化为对旅游目的地向往，这体现了影视作品的宣传效应和口碑效应。而趁着影视作品的热度，通过打造影视同款打卡场景，是丰富游客选择、激发市场活力、带动旅游消费的有效方式。

付一夫认为，影视作品对消费的带动效应不容忽视。短期来看，热播期间，各地应加大宣传力度，以此来带动当地消费市场的提振。长期来看，由于影视作品的热度会退却，要持续推动旅游业发展，各地还应当建立长效机制。比如发挥各地文化资源优势，深入挖掘不同区域的自然风景、文化古韵及风土人情，创新文旅融合方式，并积极打造当地旅游品牌，针对不同人群的消费喜好，设计、包装特色的旅游产品和路线，并配以贴心优质的服务等，进而拉动旅游业上下游相关产业的消费。

在浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任盘和林看来，影视作品对于文旅消费是加分项。下一步，各地除了通过影视IP种草外，还可以围绕一些独特的文化符号，比如成都围绕巴蜀文化、云南嵌入多民族文化等，进一步推动特色文旅发展。

影厅131个，已安装待开业影厅11个。此外，CINITY影厅还走向了海外。在市场分析人士看来，今年下半年的影片储备丰富，市场关注度度高，业内对2023年的票房恢复持有信心，目标有望恢复到500亿元的水平。

观影习惯正在回归

在贺昱看来，当前暑期档活跃的原因在于：一是，多部超大体量影片上映，类型题材丰富，带动大盘变热；二是，影片整体质量较高，爆款频出。根据猫眼评分，2023年暑期档观众购票评分≥9分的新片（票房超过1000万元的）影片有12部，明显高于往年同期水平；三是，宣发周期充足，影片热度得到映前最大释放；四是，免征国家电影事业发展专项资金等政策扶持，吸引更多影片选择在5月1日至10月31日期间上映。

而随着市场的活跃度逐步提升，越来越多业内人士关注到了周末小档期的重要性。在万达电影看来，档期的集中度是和票房大盘正相关的，票房的提升伴随着日常档期的增长。黄金档期的票房增长空间有限，会促使大档期逐步向周末发展。因此中国电影高度关注周末档期，把观众吸引到影院。

猫眼专业版数据显示，截至目前暑期档总票房已经突破70亿元，且多个周末单日票房超过4亿元。贺昱也认为，暑期档的火爆给市场带来了非常积极的信号，当前市场观影人数及人均观影频次均有明显回升，且通过暑期档观影习惯的培养，周末档有望加速恢复。

一位消费者对《证券日报》记者表示：“今年暑期档上映的影片已经看不过来，看完了《消失的她》《长安三万里》后，还是很期待后期的《超能一家人》《封神第一部》等影片。”

市场的持续活跃离不开优质内容的支撑。展望后市，机构认为充足的内容储备将加速影企业绩复苏。据了解，中国电影2023年主控拟上映电影项目总数为31部，尚未上映的重点项目包括《超能一家人》《志愿军》等。此外，中国电影在创作开发中的项目有近60个，其中原创项目近40个，创作规模和数量均取得较大提升。公司也表示，将以梯队式生产保障档期投放的连续性。

主板投资入市手册(十六):主板股票交易机制(四)

编者按:为帮助投资者充分了解深市主板改革后的相关规则变化和投资风险点,深交所投资者服务部推出《主板投资入市手册》。下面让我们一起来看一看“主板股票交易机制”相关内容。

1. 主板和创业板股票连续竞价阶段限价申报价格范围(“价格笼子”)的规定有何优化?

答:主板和创业板股票连续竞价阶段限价申报在“2%价格笼子”基础上增设“十个申报价格最小变动单位”机制安排,当2%的有效申报价格范围不足十个申报价格最小变动单位(即0.1元)时,适用0.1元价格范围,便利低股价申报。具体规定如下:

(1)买入申报价格不得高于买入基准价格的102%和买入基准价格以上十个申报价格最小变动单位的孰高值;

(2)卖出申报价格不得低于卖出基准价格的98%和卖出基准价格以下十个申报价格最小变动单位的孰低值。

买入(卖出)基准价格,为即时揭示的最低卖出(最高买入)申报价格;无即时揭示的最低卖出(最高买入)申报价格的,为即时揭示的最高买入(最低卖出)申报价格;无即时揭示的最高买入(最低卖出)申报价格的,为最近成交价;当日无成交的,为前收盘价。

举个例子,投资者小李想要买入深市股票:

(1)如果此时即时揭示的最低卖出价格为10元/股,2%的价格笼子对应价格范围为10元*2%=0.2元>0.1元,仍日适用“2%价格笼子”,小李的买入申报价格不得高于10元*102%=10.2元/股。

价格为3元/股,2%的价格笼子对应价格范围为3元*2%=0.06元<0.1元,不足十个申报价格最小变动单位,则适用0.1元价格范围,小李的买入申报价格不得高于3.1元/股。

上述规定不适用于开市期间临时停牌阶段的限价申报。

2. 无价格涨跌幅限制的股票,开盘集合竞价期间、盘中临时停牌期间、收盘集合竞价期间的有效申报价格范围是如何规定的?

答:买卖无价格涨跌幅限制的股票(含主板和创业板股票),开盘集合竞价期间的有效申报价格范围为即时行情显示的前收盘价的90%以内,盘中临时停牌期间,收盘集合竞价期间的有效申报价格范围为最近成交价的上下10%,收盘集合竞价在有效申报价格范