

存入12893.77元,明年收获“一生一世我爱你”;
存入51018.28元,明年收获“我爱你一生一世”……

银行“爱情存单”是大忽悠?

实为一年期定存,收益1.95%不及理财产品

3

论经济实惠 不如基金、理财产品

很显然,“爱情存单”名为存一份心意,实则更多的仅是噱头而已。银行在春节刚过便不遗余力地借机吸金,从另一个侧面反映出银行年后的揽储压力。记者了解,情人节用一年期定存揽存的银行以中小银行为主。

一位资深理财师昨日在接受记者采访时坦言:“在这个特殊的日子,有钱任性的年轻人想要借机表达爱意倒未尝不可,但若从过日子的角度考虑,‘爱情存单’远远不如直接购买一款性价比高的银行理财产品,或者购买一笔货币基金来得实惠。”

据了解,春节后,甬上各家银行

理财产品预期收益率虽略有回落,但要购买一款年化收益率为4%以上的产品倒也不难。以4.5%的预期年化收益率为例,从理论上讲,51018.28元的本金,一年收的本息收益可以达到53314.10元,比一年期定存多出1300元有余。

此外,货币基金的申购起点金额更低,同样适合年轻人购买。据悉,继春节7天货币基金收益大涨之后,受央行宣布上调逆回购操作利率和常备借贷便利利率影响,当前,货币基金收益仍有望见涨。眼下开放申购的600余只货币基金中,有近10%的7天年化收益率超过4%。



漫画 章丽珍

即将到来的情人节是送玫瑰?还是巧克力?每年此时,年轻的恋人们总是削尖了头皮推陈出新。“今年的情人节送她一张‘爱情存单’吧,既实在,又有意义。”昨日,朋友圈中一则建议让不少情侣颇为心动。银行脑洞大开,昔日最为普通的存单一到情人节竟摇身一变,成了情人节礼物,确实是创意无限。然而,“爱情存单”的实际收益率真的如其名字一般吸引眼球吗?投资理财一族应仔细推敲。

1 银行存单“变身”情人节礼物?

“选择在情人节那天以爱人的名义存入12893.77元,开立定期存单,明年情人节到期,正好可以获得13145.20元本息,这意味着,‘一生一世我爱你’的承诺在时间的见证下终得兑现,这是我们特别针对情人节设计出来的存储产品,有多种存款金额和档期可供选择,爱情

不是非要鲜花巧克力,好好存储,妥妥保管不是更意味深长吗?”一家股份制商业银行相关人士这样对记者表述。

记者了解,原来,早在春节后第一天起,银行便打起甜蜜牌,大圈“情人节理财”人气,其中,“爱情存单”最为吸引眼球。那些“52113.14(我爱你一生一世)、

33445.21(生生世世我爱你),21184(爱你一辈子),13145.21(一生一世我爱你)等爱情数字被甬上各家银行巧妙地设计成了存单金额或到期金额,恋人们欣然采纳。

据悉,眼下,甬上大众版的“爱情存单”一般为存入9239.82元,明年本息到期合计9420元,

意为“就是爱你”;小资版“爱情存单”一般存入12893.77元,明年到期得13145.20元,意为“一生一世我爱你”;富豪版存入51018.28元,明年到期正好52013.14元,意为“我爱你一生一世”;土豪版则需存入511033.84元,明年到期得520999元,意思是“我爱你天长地久”。

2 “爱情存单”实为一年期定存

这动辄“爱你”,动辄又“长长久久”的数字的确很难让急于表白的情侣们不为所动,然而,精明的理财一族早已看穿了银行千方百计揽储吸金的心思。

“所谓的‘爱情存单’不过是银行以节日为名,紧抓对应客户群体消费心理而摆开的一场数字游戏而已,13145.20乍一看是一串如此凑巧的数字,这份

存单也成了‘高大上’的理财产品,但一算年化收益后就能发现,这归根结底不过就是眼下各大银行普遍执行的一年期定期存款上浮收益嘛。”市民应先生昨称。

按照(本息合计-本金)/本金=收益率的公式,记者依次计算了一下:大众版“爱情存单”即(9420-9239.82)/9239.82=1.95%;小资版“爱情存单”即

(13145.20-12893.77)/12893.77=1.95%;富豪版“爱情存单”即是(52013.14-51018.28)/51018.28=1.95%;土豪版“爱情存单”则是(520999-511033.84)/511033.84=1.95%。而这个1.95%正好是在当前1.5%的一年期定存基准利率基础上上浮了30%,是眼下甬城各家银行普遍执行的利率。

“那些‘一生一世、我要爱你’等应景数字

对应的本金数额,实际上就是我们根据公式倒推出来的。”一家股份制银行人士向记者坦言。也正因如此,记者了解,这张应节日而现的特殊存单,实际上在任何一家银行都可以“买到”。至于个别银行拿到同样的“一生一世我爱你”可以少花10来元,也不过因为该银行实际执行的一年期定存上浮利率相对较高。

提醒

赠人普通存单 可能造成麻烦

“很多银行、保险公司只是将原本的产品套上了情人节理财的名头,用一种讲故事的包装方式进行金融产品的再次推广和销售,实际上产品跟情人节本身没多大关系。”理财专家表示,看到现在的金融机构都善于利用节日将原本让人难以接受、甚至完全不懂的保险、银行理财产品用讲故事的方式进行推广,直接跟消费者拉近关系也是营销手段的一种创新,“不过消费者在购买的时候还是应当认清产品本质,不要被包装浮夸的外表所蒙蔽。”

“例如商业银行推出的‘爱情存单’

‘爱情纪念册’等业务,不过是些普通的定期存款和理财产品;而保险公司推出的‘爱情保险’也只是普通的万能险、投连险产品。”专家提醒,金融机构在情人节玩营销概念,用的这种新瓶装旧酒的方式未必划算,别让“情人节”变成“情人劫”。

有银行人士温馨提醒,普通存单在支取时,不但需要凭借开户人的身份证和密码,更有存单不得异地支取的规定。“所以最好别拿普通存单送人,既显示不了浪漫还会让对方觉得你欠缺诚意有点抠门。”

记者 崔凌琳