21世纪资管研究院研究员 周炎炎 杨希 吴霜

近日，21世纪资管研究院对主流银行APP以及互联网平台的理财产品的展示页面进行测评。本期聚焦6家国有大行APP理财产品业绩比较基准的展示情况。

以下为测评的详细内容

一、工商银行APP

在工商银行APP“全部理财”栏目中，理财产品收益情况展示的方式主要使用业绩比较基准、近三月年化收益、近一月年化收益、成立以来年化收益等，在展示页面，用户可点击“！”小标志，查看该行就收益率做出的相关提示，合规意识很强。但体验来看，部分提示相对密集，阅读体验并不算良好。

工行
将理财产品按期限分类，分为“活钱管理、0-6月、6-12月和12月以上”，用户还可按照“自营/代销、起购金额、风险等级、产品类型、币种、额度状态、投资管理机构”等关键字，对产品进行筛选。在代销产品方面，目前工行已代销工银理财、招银理财、中银理财和兴银理财四家理财公司的产品。

① 活钱管理（现金管理产品）

在“活钱管理”栏目下，工行APP未通过放大字体、加红等方式显著突出产品业绩情况。相比同业，工行将起购金额和风险评价用红字标出，将额度情况用红色或绿色的小色块标出，红色为“额度紧张”。但产品收益情况使用的标准并不统一，使用了“成立以来年化收益、近一月年化收益、业绩比较基准、七日年化收益率”等。

点击产品后进入详情页，收益情况在此处转为红色，点击“！”后会弹出提示。不过对代销工银理财产品，页面会显示“最新净值”，对部分代销他行理财公司产品，页面会显示“万份收益”。

对同一只产品，会出现详情页和此前的展示页展示的收益维度不一样的情况。譬如“工银理财 天天鑫添益固定收益开放式理财产品”，在上一级页面中，展示的是近一月年化收益率，为3.79%；进入详情页，则在顶部显示成立以来年化收益率，为3.02%，再在下方列出近一个月、近三个月、近一年年化收益数据。

在收益曲线中，展示“七日年化收益”和“万份收益”两条曲线，部分产品显示“单位净值”和“累计净值”两条曲线，用前一种方式展示的多为代销他行理财公司

产品。可截取的时间有五种，分别为“近1周、近1月、近三月、近六月、近一年”，下方还有更详细的历史净值信息。

在产品说明书、客户权益须知方面，工行APP进行了适配，代销他行理财公司产品与代销工银
理财产品均可以实现文字阅读，部分风险提示内容还用加粗、加大字体进行标注，客户阅读相对较为便利。

② 固定期限产品

工行APP的固定期限产品是与周期产品混合展示的，客户可以通过对期限的筛选，查看相应投资期限的产品。明确标注天数的，为固定期限产品，标注“最短持有XX天”等信息的，为定开产品或周期产品。

对于固定期限产品，工行APP页面显示业绩比较基准范围，并可点击“！”查看提示。在产品详情页，业绩比较基准的详细说明折叠在产品基本信息下方，客户可点击“全部展开”查看说明。

相关说明以橙色背景呈现，区别于页面的其他部分，在视觉上有所加强。页面顶部和最下方均有代销风险提示，顶部为滚动栏，底部为灰色区域展示，相比较而言，顶部的文字有动态效果，提示较为明显。

③ 周期产品

工行APP的周期产品展示上，同样有前述上级页面与详情页面不统一的情况。

譬如一款“工银理财 恒睿科技创新混合类产品”，在上级页面中显示“近三月年化收益6.1%”，点击进入详情页后，顶部主要呈现的业绩为“成立以来年化收益 4.3%”，上级页面中展现的“6.1%”的收益则在下方的“更多年化收益数据”部分展现。该产品的年化收益率计算公式同样密集排列，不利于阅读，最下方才可看到“理财产品过往业绩不代表其未来表现，不等于理财产品实际收益”的提示。

收益曲线方面，周期产品也采用多维度数据向投资者展示成立以来的业绩，可选的时间段与现金管理类产品类似。同时产品也呈现“单位净值、累计净值”两条曲线，点击可查看某一天的具体单位净值。

④ 持仓产品收益展示情况

21世纪资管研究院还对银行理财产品申购后的持仓情况进行了评测。

研究员在工行APP购买了一款固定收益类开放式理财产品。实测发现，该产品在上方红色区域，以最大的字体显示产品最新净值，下方显示浮动盈亏情况和分红方式。下方灰色区域显示持有份额、可用份额、参考市值和到期日。并未明确显示产品年化收益情况。

二、建设银行APP

在建设银行APP“理财产品”栏目中，不同品种的理财产品展示的收益率格式有所不同。建行
将销售的理财产品划分为现金管理产品、固定期限产品（目前在售封闭期最短92天，最长1084天）、周期产品（定期开放类产品）、外币产品、专属理财（私行产品）5个子栏目，此外还有“热门理财”、“代销建行”、“全部代销”3个子栏目，但是与前面5个栏目的产品多数重合。本测评主要对比公募产品展示页面，而建行外币产品一栏当前没有上架产品，因此主要针对现金管理产品、固定期限产品和周期产品展开。

① 现金管理产品

“现金管理”栏目下，与多数银行一样，建行APP将收益率一栏放在左侧醒目处，用红字
着重标记业绩
比较基准，这一种类货基产
品无论是代销他行产品还是建信
理财产品，统一采用“七天年化收益率”作为对外显示收益率。

点击产品后出现详情页，七天年化收益率后标注感叹号，再次点开，展示收益率计算公式“七日年化收益率=（【截至当日最新的累计净值】-【当日前第7个自然日的累计净值】/【当日前第7个自然日的累计净值】/7*365）”。不同的是，在代销的“招银理财招赢日日欣现金管理类理财计划”，使用的是万份收益的表述；而代销的建信理财“恒赢按日开放式产品”于同样的位置采用“最新净值”的数据展示；其他代销建信理财的现金管理类产品也均采用“最新净值”数据。“万份收益”后面设感叹号，可打开二级页面小窗，展示计算公式。

在收益曲线中，曲线展示“七日年化”和“万份收益”两条曲线，可截取时间段有四种，分别是近1月、近3月、近1年、近3年。并有蓝字标识“查看近一个月的收益详情”，但可查收益数据仅限于1个月内。

值得指出的是，部分产品“风险揭示及产品说明书”一栏点击进入的是建行网页版

的个人客户页面，不适合手机用户阅读，再次点击才能获取理财计划风险揭示书。建议建行取消中间环节，直接显示后者，便利客户阅读说明书。

② 固定期限产品

对于这类产品，建行在排列多个产品的主页面不直接展示业绩标准，而是需要“点击查看”。或可理解为为了符合“避免单独使用绝对数值展示”监管要求，以及为了符合“不得将业绩比较基准与简要说明拆分展示”的监管要求。因为点击查看后，会同时出现业绩比较基准和业绩比较基准测算方法。

在具体理财产品介绍页面，业绩比较基准同样需要“点击查看”。并在这一栏下面标注“业绩比较基准不代表产品的未来表现和实际收益”。但由于这一栏字体颜色为灰色，显示不是特别明显。

③ 周期产品

周期产品也就是定开产品，在多个产品一起展示的主页面，建行APP在左侧显要位置红字标注收益率，但是采用的收益率计算方式五花八门。有七日年化收益率、近3月年化收益率、近1年年化收益率、成立以来年化收益率，以及类似于固定期限产品的展示方式——点击查看业绩比较基准，看得人眼花缭乱。

值得一提的是，在点击查看业绩比较基准下面，却用灰色字体写了业绩比较基准的范围，比如下图代销交银理财产品的“业绩比较基准2.8%-4%”，此时显得左侧的红字“点击查看”尤其多余。不过较为规范的是，在业绩基准数据下面直接标注“业绩比较基准不代表产品的未来表现和实际收益”。

但无论在多产品展示页面，还是在该产品单独的展示页面，都未能在业绩比较基准下面对于该数值进行简要说明。而按照最新监管要求，理财产品展示数值型业绩比较基准的，应当对相关数值进行简要说明。

21世纪资管研究院在附在下面的产品说明书中找到了业绩比较基准的相关说明，但遗憾的是，未能在产品展示页面提供这样的说明，投资者无法一眼看到业绩比较基准是如何计算出来的。

收益曲线方面，与现金管理类产品一样，周期产品也采用多维度数据向投资者展示成立以来的业绩，两种口径分别是“成立以来年化”和“单位净值”。时间维度分别是近1月、近3月、近1年、近3年。当然，某代销产品发行了2个月有余，实际上后面三个时间维度的收益曲线是一模一样的。

④ 持仓产品收益展示情况

21世纪资管研究院还对银行理财产品申购后的持仓情况进行了评测。

研究员在建行APP购买了一款代销建信理财的固收类按日开放产品，该产品在上方红色区域展示参考市值，次重要位置展示参考盈亏和持有份额。下方依次展示最新净值、七日年化收益率、净值日期、可用份额、持仓成本，以及七日年化和单位净值的相关图表。

三、中国银行APP

中国银行APP的银行理财产品在“财富-理财”部分，分为优选、现金类、稳健类、进阶类、全部五个类型。

优选产品：主要是“专业优选的在售理财产品”，比如8月10日，优选板块就着重展示了中银理财近期发行的首只养老理财产品“中银理财‘福’固收增强（封闭式）”。

现金类：为现金管理类理财产品，具有申赎灵活、交易便捷、随时取用、每日收益、风险较低的优势，主要投资中低风险的流动性资产。

稳健类：主要是固定收益类理财产品，主要投资债券等固定收益类资产、中低风险、波动较低、期限多样，适合长期持有。

进阶类：主要是混合类、权益类、结构性或商品衍生品类理财产品，投资范围多元，具有一定风险，收益空间更大。

全部：投资人可以按照管理结构、产品期限、销售状态，起购金额、成立日最近等标签进行筛选，自主选择符合投资需求的产品。

本测评主要针对按照投资收益类型划分的现金类、稳健类、进阶类板块展开，主要关注其收益展示情况。

① 现金类

现金类产品的排列展示页面均在页面左侧显示七日年化收益率，并在右侧展示起购金额和申购赎回时间。

点开产品的详情页，七日年化收益率旁标注感叹号，点开后显示“七日年化收益率是理财产品最近七日的平均收益水平，进行年化以后得到的数据。可以作为近期盈利水平的参考，但不能完全代表该理财产品的实际收益”。相比于列出七日年化的计算公式，这种表达对于普通公众来说，相对通俗易懂。

在七日年化收益的具体数值旁还列出了万份收益，以及该万份收益的日期，但是并未对万分收益的含义和计算方法进行说明。

在收益曲线中，有七日年化收益率和万份收益两个选择，每个选择下又有近1月、近3月、近6月、近1年四个时间段。点击图标下蓝色字体“查看更多”则可该产品近1年以来（2021年8月9日至2022年8月9日）的每天的万份收益和七日年化。

产品页面下端有产品属性和产品档案两个选项，分别显示产品的基本属性、详细信息和产品说明书。

② 稳健类

稳健类产品的排列展示界面对产品收益的呈现口径相对多元/混乱。对于新发售的产品，会在页面以红色大字显示“新品发售”，并在下方以浅棕色为底色明显地展示业绩比较基准，并提示“不代表产品未来表现和实际收益”。右侧则会显示产品期限和起购金额。对于老产品则会根据产品的投资期限展示不同的年化利率，具体来说，对投资期限为9个月的显示近3月年化、近6个月的显示6月年化、一年的显示成立以来年化。

点开产品详情页面，会对刚刚所展示的利率水平进行详细说明。比如对于新发售的养老产品“中银理财‘福’固收增强（封闭式）”，点开业绩比较基准的说明显示“业绩比较基准使用年化收益率表示，仅用于测算超额业绩报酬或用于评价投资结果。业绩比较基准不代表投资者最终可获得的实际收益，不代表管理人对理财产品的收益承诺或保证。业绩比较基准由产品管理人根据理财产品的投资范围、投资策略、资产配置计划并综合考虑市场环境等因素测算得出。具体详见产品说明书。”

下方还以
棕色字体补充了业
绩比较基准的计算方法，“以产品投
资利率债仓位
0%-10%，信用债仓位不低于50%，非标准化债权仓位低于50%，权益仓位不超过20%，杠杆比例120%为例测算，详见产品说明书”，该表述与产品说明书一致。

对于老产品的详情页面则会显示详细的年化计算标准。比如在“卓远季开3号D”的

详情页点开近3月年化旁的感叹号会显示“近3月年化收益率=（最新净值-3个月前净值）/3个月前净值/两次报价日期差*365。该产品为浮动业绩比较基准，为“一年定期存款基准利率（税后）+8%*沪深300指数收益率+1.5%”。

在稳健类产品的收益曲线的图表中，有单位净值、累计净值、历史涨跌三个选项，每个选项又分别有近1月、近3月、近6月、近1年、成立以来5个时间选项。并在“查看跟多”部分列出了近约1年的每期详细数据。

③ 进阶类

进阶类产品大多期限较长，在产品列表页面以展示业绩基准为主，并在下方提示“本产品业绩比较基准不代表产品未来表现和实际收益”。少数产品与稳健类类似，按照投资期限展示相应的年化收益。进阶类产品详情页的业绩比较基准展示和收益曲线表与稳健类类似。

④ 持仓产品收益展示情况

对于已购买的理财产品，中国银行APP的较全面的展示了购买理财产品的数据，包括参考市值、最新收益、持仓收益、持仓收益率、持有份额、最新净值等数据。

四、 农业银行APP

农业银行APP在理财产品板块将理财产品分为农银理财、活期理财、定期理财和全部，四个板块，点击任一板块进入理财超市部分。理财超市又分为农银理财、活期理财、定期理财、代销理财四部分，在这四部分下都可以按照收益率、起购金额、产品期限再进行筛选。

其中，农银理财板块为农银理财所有在售的理财产品；活期理财、和定期理财分别为农银理财在售的活期理财和定期理财产品；代销理财为代销机构的理财产品，目前来看（8月11日），该板块仅有华夏理财
的一只理财产品“华夏
理财固收纯债封闭式15号132天”。中国农业银行
官网显示，截至8月11日，中国农业银行已与平安理财、招银理财、兴银理财、光大理财、华夏理财等多家理财子公司建立代销合作关系。

本测评主要针对按照投资时间划分的活期理财、定期理财两个板块展开，主要关注其收益展示情况。

① 活期理财

在产品列表页面，活期理财板块的大部分理财产品无论是在产品列表页面还是产品详情页面仅展示业绩比较基准，均并不能看到其收益率情况，无论是七日年化收益还是更长期限的收益。少部分产品展示了其七日年化利率。

产品列表页面，大部分产品在左侧明显位置显示了产品的业绩比较基准，点击业绩比较基准右侧的感叹号，则会显示该产品的基准利率设定策略。

以固收产品“农银安心天天利”为例，该产品在点击感叹号后显示：“主要投资剩余期限1年以内的高等级信用债、利率债等资产，以高等级信用债等债券资产70%-90%，高流动性资产20%-40%，杠杆率
110%为例，业绩基
准参考中债（0-1年）国债财富指数，考
虑资本利得
并结合投资策略测算，不代表产品的未来表现和实际收益”。在该提示框下部还有黄色字体醒目显示“查看说明”，点击后直接跳转到产品的详细比较基准选择原因、测算依据或计算方法说明页面。

作为一只现金管理类产品，产品详情页显示的是该产品的业绩比较基准，在下方以文字的形式展示了每期（每天）的单位净值。页面的最下方有产品档案、运作公告、到期公告、产品协议等文件链接。

部分展示了七日年化的产品，如“农银时时付”，展示了其7日年化的计算标准：农银时时付产品：详见产品说明书；非农银时时付产品：7日年化收益率=（截至当日最新的累计净值/7天前最新的累计净值-1）*365/（截至当日最新的累计净值日期/7天前最新的累计净值日期）。这样看来，此产品的利率计算展示有些不合理，因为该产品为农银时时付产品，却详细展示了非农银时时付的7日年化利率计算方法，该产品本身的计算方法仍需查看产品说明书。

此外，该产品的详情页并未展示历史单位净值情况。

② 定期理财

该产品目录下涵盖了所有在售的理财产品，包括按天计算的现金管理类产品、最低持有7天、14天、30天、60天、90天等等，产品数量繁多，一共有103只产品，页面上部可以按照收益率、起购金额、产品期限进行升序、降序排列。

从使用角度来说，从如此多的理财产品中选择满足需求的产品，选择复杂度和难度

很高。在收益率展示方面，产品列表页面仅展示业绩比较基准，收益率的排序实际上就是业绩比较基准的排序。

在产品展示页面，也仅展示产品的业绩比较基准利率，并作出了详细的计算方式。与活期理财类似，定期理财产品的页面也未展示收益水平，仅有文字形式的每期单位净值。投资者无法了解到产品长期以及最近的表现。

③ 持仓产品收益展示情况

对于已购买理财产品，农银理财仅展示了持仓金额、昨日收益、持仓收益三个维度的数据，投资者无法了解持仓以来的收益率情况。

五、交通银行APP

在交通银行手机银行APP的理财页面中，特色专区、猜你喜欢、活期理财、定期理财等区域为理财产品推荐和展示的主要位置，此外还有新品上架、沃德优选理财等特色区域。在这些区域中，理财产品的收益率展示并不完全统一，常见的展示维度有成立以来年化收益率、近1月年化收益率、近3月年化收益率、七日年化收益率等。

① 活期理财（现金管理产品）

在活期理财方面，交行
将收益率放于左侧，并用红色、加大字体来标明业绩。总体来看，产品基本都是以七日年化收益率作为对外显示收益率。在页面右侧，则展示赎回、到账规则，起购金额和计息日，计息日可随时间而变动，让客户可以了解当前买入后的起息时间。

点开单只产品详情页，顶部展示的主要信息基本与上级菜单一致，同样是以七日年化收益率的展示为主，同时在收益率下方，紧跟着的是风险提示栏，风险提示较为到位。不过，这里并没有设置同业常见的“！”按键，对收益率计算方式和含义进行进一步提示和说明。

在收益曲线方面，页面展示七日年化收益率曲线和万份收益两条曲线，可选取的时间段有近1月、近3月、近6月和近1年。在曲线下方，又增加一行灰色的小字，提示过往业绩不等于实际收益。点击曲线，可查看具体某一日的收益率/万份收益情况。

交行APP对于产品的交易规则均展示的比较清晰。按照购买、起购、收益、赎回、到账等信息分类展示产品相关设计，点击更多，可以查看更详细的收益规则，以及

对交易时间等的更详细说明。在理财合同方面，交行APP虽然也带入了图片，但顶部设置了搜索功能，用户可直接搜索关键字，抵达相关合同位置，这一设置一定程度上改进了图片阅读的不佳体验。

② 固定期限产品

在固定期限产品方面，交行APP在“！”提示中放置了业绩比较基准，以及业绩比较基准的相关说明。在详情页中，也采用了这种方式，客户需点击“！”才能查看完整的业绩比较基准说明。如不点击，客户就只能看到业绩比较基准和简要的风险提示。同样，在页面底部的风险提示字体偏小并使用灰色，整体也并不算特别醒目。

在收益率曲线方面，页面展示单位净值和收益率趋势。交易规则的展示部分同样较为清晰。并且加上了包含买入、截止日、成立日和到期日的时间线及进度，清晰明了。

③ 周期产品

在周期产品方面，多个产品展示的页面中，产品收益率的展示规则并不统一，有近1月年化收益率、成立以来年化收益率等。整体风格与前述产品保持了一致，用红色、大号字体在左侧显著标注收益情况。

在产品详情页，交行APP对周期产品的展示和活期产品的展示基本类似，即在顶部收益率下方标明风险提示。产品曲线方面展示单位净值和收益率趋势曲线，点击曲线上一点可查看对应日的单位净值情况和累计收益率情况。下方有一行灰色小字提示“过往业绩不代表未来表现”。

在交易规则方面，页面添加了类似固定期限产品的时间轴，明确显示买入、计算收益、锁定期和客户的可赎回日期，便于客户理解。交易规则中的发行机构下方，还增加了一栏“业绩比较基准”，需要用户点击查看具体数据和简要说明，较为符合监管要求。

不过在评测中发现，交行APP对部分产品的过往收益，会以长图来呈现业绩基准和最终的兑付收益，相比图片上篇幅较长较多的过往产品情况，底部的“理财产品过往业绩不代表未来表现”风险提示显得不够明显。

④ 持仓产品收益展示情况

交行APP在“我的理财”页面顶部对客户持有的理财产品总金额和当日收益进行了

展示。下方在按照产品类型进行单只产品的收益展示，包括了日涨跌幅、最新净值等，对累计收益用红字标出。点击日收益旁的“！”，可查看日收益、累计收益的具体解释和计算公式，比较清晰明了。

在具体的理财持仓详情页，较为清晰地展示了该理财产品的金额、当日收益、持仓份额、可用份额等信息，在相关名词旁，基本都设置有提示按钮，能够进一步查看相关解释说明。下方也有产品的单位净值和收益率趋势，展示较为清晰。

六、 邮储银行APP

邮储银行的理财超市分为活钱管理、短期理财、稳健固收、投资进阶四个栏目。不同于其他大行APP，邮储银行的这些栏目，以及所有的理财产品不能在未绑卡、未开卡的情形下查看详情，对于新客来说用户体验未必友好。

在理财主页面“为您推荐”一栏，展示了三项理财产品，分别以“上期年化”和“成立以来年化”来展示收益率，而“精选理财”栏目首页推荐的四项理财产品，包括代销交银理财的产品，采用“成立以来年化”来展示收益基准。但值得注意的是，与工行的展示形式不同，邮储银行APP未在首页标记“业绩比较基准不代表产品未来实际收益”等提示性话语。

① 活钱管理

与其他大行APP一样，采用“七日年化”来显示收益，这也是货币基金一般采用的收益展示方式。

在产品详情页，红字展示七日年化并在！点开后有一个解释说明；黑字展示万份收益，下附灰字显示该万份收益的日期，但是并未对万分收益的含义和计算方法进行说明；下方标记PR1，并在！点开后对风险等级进行说明。

净值曲线方面，展示七日年化收益和万份收益曲线两条曲线。可查看近1个月、近3个月、近半年、近1年四个区间的收益数值。

② 短期理财

短期理财方面的收益展示比较多元，看起来有些混乱。采用的展示数据包括区间范围内的业绩比较基准、单位净值、成立以来年化等，这也是很多家银行APP理财展示方式的一个通病，就客户阅读体验来说不算友好。

其中，采用区间范围值的短期理财产品下面有针对业绩基准不代表实际收益的提示，但是手机页面不能展示完整的语句，显得混乱。

产品详情页点开后，有针对性业绩基准的一个详细说明，包括产品的资金投向、业绩测算依据、风险提示。

值得一提的是，用黑字加粗标注“业绩比较基准是本机构基于产品性质、投资策略、过往经验等因素对产品设定的投资目标，不代表产品的未来表现和实际收益，不构成对产品收益的承诺。”

③ 稳健固收

稳健固收栏目与短期理财相同，采用多种业绩展示方式，包括数值型业绩比较基准、成立以来年化以及单位净值，客户阅读难度较高。其中“鸿锦合家欢周期180天型1号安盈款”采用成立以来年化来展示收益，但这个数字为“0%”，或许是该款产品在售尚未运行，但这个数值确实对客户来说没有判断该款产品优劣的意义。

值得注意的是，中邮理财最近推出的养老理财产品，点开业绩基准说明是一段数百字的专业性术语，虽然符合监管对于业绩基准说明的要求，但确实对于投资者尤其是中老年客户不太友好，有很大的改进空间。其他的以绝对数值展示的业绩基准的说明文字也有类似的问题。

④ 投资进阶

这一页面非常清爽，均采用成立以来年化的数据口径，包括负增长的数据。页面对读者相对友好。点开具体产品页面，采用成立以来年化和单位净值两项数据，侧重前者。也有关于数值的说明，较为合规。

更多内容请下载21财经APP