

从收藏品到投资品 金价高企带热熊猫金币

中经记者 郝亚娟 何莎莎
上海 北京报道

今年以来,投资者对金条和金币的持有热情正不断升温。中国黄金协会最新统计数据显示,2025年一季度,我国黄金消费量290.492吨,同比下降5.96%。其中,黄金首饰134.531吨,同比下降26.85%;金条及金币138.018吨,同

多重投资价值

过去,银行销售实物黄金时,多以定制金条为主。如今,越来越多的银行开始加大对金银币产品的推广。

“自从孩子出生后,我每年都会为他购买一套熊猫金币。它不仅图案精美、富有纪念意义,还随着金价的上涨而不断升值。身边不少朋友也纷纷开始了解并投资熊猫金币。”上海的王女士说。

记者注意到,当前越来越多的银行App上线熊猫金币。此外,金店也是购买熊猫金币的渠道之一。

如何看待熊猫金币的投资价值?殷献民告诉记者,作为国家法定货币的熊猫金币,于2012年被纳入免征增值税产品目录。因此,其更适合作为普通大众配置实物黄金资产的选择。过去,银行销售实物黄金时,多以定制金条为主。如今,越来越多的银行开始加大对金银币产品的推广,尤其是熊猫金币。我们与银行的合作也正朝着这个方向深化,未来将继续加大金银币的市场投放,让更多大众接受并了解金银币投资的优势。

中国有色金属工业协会金银分会副秘书长、山东招金金精炼有限公司副总经理梁永慧分析称,熊猫金币的投资价值主要体现在三方面,一是国家信用保障,熊猫金币是中国法定货币,由央行发行,成色和重量有严格标准,无赝品风险;二是避险与增值双重属性,熊猫金币本身附带黄金

比增长29.81%。

金币消费强劲势头之下,熊猫金币亦受到投资者关注。

从整体销售来看,相关数据显示,2024年度投资金币销售的总资金规模增长28.57%,4种精制熊猫金币销售的总重量增长30.34%。2025版熊猫金币自2024年10月30日正式发售,至



的所有属性,在黄金价格长期看涨的趋势下,熊猫金币既享受金价红利,又因稀缺性叠加收藏溢价,其市场价格显著高于金价;三是风险低,熊猫金币有官方回购背书,中国金币总公司提供回购服务,投资者可通过指定渠道便捷变现,降低持有风险。

需要注意的是,目前我国金银币的投资普及度低于发达国家。对此,梁永慧指出,首先是投资渠道认知度有待提升。国内黄金投资传统习惯以实物金条以及首饰需求为主,熊猫金币的推广力度和公众认知度相对较低。其次是交易成本与替代产品竞争。黄金ETF、银行黄金产品等金融工具以低门槛、低成本、高流动性

2024年11月底,销售额同比增长近30%,展现出强劲的市场表现力。

《中国经营报》记者采访中国金币集团市场营销部总经理殷献民了解到,越来越多的银行开始加大对金币产品的推广,尤其是熊猫金币。熊猫金币作为标准化产品,具有央行背书、免

熊猫金币图案一览

吸引了大部分投资者,实物金条投资的溢价也低于熊猫金币,导致投资者选择性差异。最后是收藏属性限制。熊猫金币的艺术价值和收藏属性导致其更偏向小众市场,市场流通需要更高的溢价空间。

“很多人对熊猫金币的投资价值和收藏意义了解不深。同时,国内消费者在黄金消费上更倾向于黄金首饰,用于装饰和传统的婚庆等场合,对熊猫金币这种投资性金币的消费习惯尚未完全形成。”中国银行(601988.SH)深圳市分行大湾区金融研究院高级研究员曾圣钧说。

殷献民指出,熊猫金币作为我国唯一由央行发行的标准化

税属性和主权信用,是当前国内为数不多的投资型金币之一,其回购价格不仅参照金价,还具备一定的溢价。

受访人士指出,熊猫金币作为世界五大投资金币之一,兼具投资、收藏与艺术价值。对于投资者而言,可以采用定投策略,避免短期金价波动影响。



投资型金币,兼具投资、收藏与艺术价值。在未来,我们将继续优化产品结构、拓展销售渠道、增强回购服务,真正实现“买得方便、卖得便捷”,让更多普通家庭通过熊猫金币实现资产的保值增值。

殷献民补充道:“我们将继续把熊猫金币作为免税投资产品重点推向大众,特别是在销售渠道方面加强与银行、经销商等合作。此外,我们也在拓展C2C二手流通平台,例如金币云商App,搭建熊猫金币的二手交易体系。目前,部分早期版本的熊猫金币已脱离离金价而具备独立的收藏价值,体现出其作为投资+收藏双重属性的特点。”

坚持定投策略均衡配置

对于普通投资者而言,可以采用定投策略,每年购买固定数量的熊猫金币,可避免短期金价波动影响,形成长期均衡价值。

对于投资者而言,投资金币该注意什么?如何选择?

“小克重金币(如1克、3克)虽也具备投资属性,但由于工艺成本较高,溢价幅度相对较大,更多满足低门槛投资者或个性化礼品市场的需求。相较而言,30克熊猫金币因价格适中、投资属性强,是最具性价比的选择。”殷献民指出。

梁永慧认为,在短期避险方面,投资者可以优先选择金条,降低交易成本、持有成本。而中长期投资方面,熊猫金币兼具投资与收藏属性,时间收益优势更明显,既能享受金价上涨收益,又能体现收藏价值。

谈到金条、熊猫金币以及纪念金币的区别,曾圣钧说,三种商品形式适应不同的消费人群。其中,金条适合追求资产保值增值、注重投资的简单直接性和流动性,对黄金市场有一定了解,希望通过黄金价格波动获取收益的投资者;熊猫金币适合既注重黄金的投资属性,又对艺术收藏有兴趣,对黄金市场有一定研究,愿意通过长期持有来获取艺术欣赏和投资回报双重收益的投资者;纪念币适合对特定历史事件、文化题材有浓厚兴趣,愿意承担一定市场风险的收藏爱好者和投资者。

综合来看,梁永慧表示,近两年熊猫金币在金价上涨的背景下,销售金额持续增长,官方回购机制的完善进一步提高了其投资地位。不同克重的定价差异和升水率(指加工费和利润部分)特点,为投资者提供了多样化选择。尽管我国人均持有量较低,但熊猫金币凭借国家信用、低升水和收藏属性,仍具备较高的投资价值。在金条、熊猫金币和纪念币中,投资者应根据自身目标如短期避险、长期增值及风险偏好,合理配置资产,优

先选择市场认知度高、流动性强、定价透明的品种。

“投资选择方面,若资金有余力的投资者,建议优先选择1盎司金币,其升水率最低,流动性最佳,价格与国际金价联动紧密,能直接反映黄金市场波动。若投资者资金更为充裕,可选择大全套金币进行长期投资,如收藏历年熊猫金币大全套,其兼具投资价值与艺术欣赏价值。对于普通投资者而言,可以采用定投策略,每年购买固定数量的熊猫金币,可避免短期金价波动影响,形成长期均衡价值。”梁永慧说。

展望黄金投资后续走势,渣打中国财富管理部首席投资策略师王昕杰分析称,从宏观角度来说,避险情绪稍许得到缓解,短期黄金多仓拥挤的状况有所缓解,金价有所回撤实属正常。更长期来看,如果在“去美化”叙事愈演愈烈的情况下,黄金的价值更能得到体现。即使未来“去美元”化得到一定程度校正,黄金仍然可以得到一定程度的支撑。

王昕杰补充道,投资实物黄金有几个重点,首先是避免投资标的过度集中,实物黄金是无息资产,其投资价值通过金价的涨跌体现。说到底,这样的投资可能只适合占投资者资产配置的一小部分,过度的配置可能就成了投机。其次,逢低布局,虽然我们看好黄金,但一味地追高并不是可取的建仓方式,合理的逢低布局是坚持长期投资的首选。

“从金融机构的角度,随着国家加强对大额黄金交易的监管,如超过10万元购买黄金、珠宝须备案等,黄金市场规范化趋势日益明显。金融机构也更注重风险管理,实物黄金业务虽具低风险优势,但因涉及物流、存储等管理成本,银行更倾向于推广户类黄金产品。”殷献民指出。

部分产品提升一级 个别产品跃升两级

银行集中调整代销基金产品风险等级

中经记者 慈玉鹏 北京报道

随着《商业银行代理销售业务管理办法》(以下简称《办法》)的颁布,银行代销业务管理正逐步优化。

近日,农业银行(601288.SH)在官网发文称,将针对该行所有风险等级调整

代销公募基金产品,持续开展风险等级动态评估工作。《中国经营报》记者统计发现,今年以来,已有多家银行调整代销公募基金产风险等级,其中,部分产品风险等级提升一级,个别产品风险等级更是跃升两级。

记者采访了解到,《办法》要

求银行在代销基金过程中,有义务按照监管要求切实履行适当性义务,更好地保护投资者权益。未来,银行应构建穿透式准入管理体系,健全代销业务内部管理制度,加强对合作机构和产品准入的管理责任,防范销售误导风险。

产品的风险评级。从调整的产品类型来看,主要以权益类基金为主,还包括部分债券类基金和境外投资产品。从风险等级调整情况来看,大多数产品风险等级提升一级,个别产品风险等级更是跃升两级。

就银行机构针对代销业务调整的主要内容,上海大学上海科技金融研究所高级研究员陆岷峰告诉记者,一是评估机制全面升级。各家银行普遍建立了“事前+事后”全流程评估体系。二是动态管理成为标配。突破传统静态评级模式,建立基于产品生命周期的持续跟踪机制。三是风险认定从严从高。普遍执行“孰高”原则,即在基金管理人自评与代销机构评估出现差异时,选取较高风险等级作为最终认定。四是信息披露透明度提升。部分银行机构在手机银行新增“风险刻度尺”可视化工具,将R1—R5风险等级细化为21个刻度区间,并强制要求销售环节进行风险匹配双录。

某国有银行人士告诉记者,此次调整主要源于两个原因:一

方面是监管政策推动。《办法》首次对商业银行代理销售业务管理进行全面、明确的规定。银行在代销基金过程中,有义务按照监管要求切实履行适当性义务,更好保护投资者权益。监管政策对银行代销业务在合作机构管理、代销产品准入管理、销售管理以及代销产品存续期管理等方面均提出了严格要求,促使银行重新审视代销公募基金的风险等级,以符合监管标准。

“另一方面是市场环境发生了变化,部分基金产品的底层资产配置结构变化,直接影响其风险程度。”上述国有银行人士表示,例如,若基金产品原本较多配置债券资产,风险等级处于中低水平,但随着市场利率波动、信用风险变化等因素,其底层债券资产价值出现较大波动,或者该基金为追求更高收益,增加了权益类资产的配置比例,那么基金产品整体的风险特征就会发生改变。为了保护投资者合法权益,银行需要对代销公募基金风险等级进行调整优化,使其更真实地反映产品风险。

代销业务管理收紧

就银行代销业务存在的问题,中国银行(601988.SH)深圳市分行大湾区金融研究院高级研究员曾圣钧告诉记者,一是风险评级与产品复杂度错配,部分银行在代销业务中,出于对代销规模和短期收益的追求,在客户适配上存在“重销售、轻合规”的不良倾向。对产品风险评估不够严谨,导致风险评级与产品实际复杂度不匹配。例如,一些结构复杂的理财产品,涉及多种金融衍生工具,风险较高,但可能由于银行对其风险评估不足,给予了较低的风险评级,误导投资者购买。

二是过度依赖第三方机构,自身尽职调查与筛选能力不足。个别银行在选择合作代销产品时,较为依赖第三方机构的评估和推荐,自身缺乏独立的尽职调查与筛选能力。这导致代销产品质量参差不齐,部分产品收益表现不尽如人意。以基金产品为例,银行可能没有深入了解基金产品的投资策略、基金经理的投资能力、产品的历史业绩波动等关键信息,就盲目引入产品进行代销,当市场环境变化时,投资者面临较大损失风险,也削弱了银行在市场竞争中的竞争力。

三是销售行为不规范,如将代销产品以自营产品的名义进行销售,误导消费者认为产品风险等同于银行存款;采取虚假、夸大、片面宣传,夸大产品收益,而对产品风险揭示不足;实行捆绑销售,强制

消费者在购买其他产品时搭配购买代销产品;违规代替客户签署相关文件;诱导客户购买与其风险承受能力不匹配的产品等。这些不规范销售行为侵害了金融消费者的合法权益。

如前文所述,《办法》强化商业银行对合作机构和产品准入的管理责任,明确合作机构准入审查和产品尽职调查要求;规范商业银行代理销售行为,对销售渠道、销售人员管理、产品展示、适当性管理、风险提示等作出具体规定。

《办法》指出,商业银行开展代销业务应当坚持“了解产品”和“了解客户”的经营理念,加强适当性管理,充分揭示代销产品风险,向客户销售与其相匹配的金融产品。同时,商业银行代销资产管理产品的,应当对客户进行风险承受能力评估,并合理管控评估频次,对同一客户进行评估单日不得超过二次,年度累计不得超过八次,风险承受能力评估结果有效期原则上为一年。商业银行只能向客户销售风险评级等于或者低于其风险承受能力等级的代销产品,国务院金融监督管理机构另有规定的除外。

“银行应加强合规管理与风险防控,健全代销业务内部管理制度,严格按照《办法》等监管要求,加强对合作机构和产品准入的管理责任。在合作机构准入方面,银行总部应当对合作机构实行名单制管理,确定合作机构资质审查标

准,明确准入条件和程序,并加强日常管理和定期审查评估,建立有效的退出机制。在代销产品准入方面,要对代销产品开展尽职调查,全面了解产品情况,结合自身客群特征、销售渠道等形成独立、客观的准入意见。同时,规范销售行为,明确销售人员的禁止性行为,加强对销售过程的监督和管理,防范销售误导等风险。”曾圣钧表示。

就银行代销业务优化而言,陆岷峰建议,一是构建穿透式准入管理体系。商业银行应当建立“总行—分行—支行”三级产品评审机制,对部分产品严格执行“管理规模+登记年限”双门槛准入标准。特别是对涉及非标资产的产品,建议增设独立的风险评估委员会,实行“一票否决制”。二是重塑数字化适当性流程。当前亟待开发智能匹配引擎,将客户风险测评数据与产品风险标签动态关联。可借鉴百信银行“AI自动处理—智能工单—专家人工”三级漏斗机制,实现销售过程全留痕、可回溯。同时,在手机银行增设风险警示弹窗,对R4级以上产品强制播放风险提示视频。三是强化存续期“温度服务”。针对《办法》新增的存续期管理要求,建立“重大事项72小时响应机制”,对基金经理变更、分红方式调整等情况,通过智能外呼+短信双通道主动告知客户。可参考保险行业经验,对老年客户增加人工回访频次。