

金融漫谈

股市头部迹象显现

本报记者 马晓鹏

人们陶醉于大盘上涨的兴奋中。最近的热点词汇是:泡沫、通胀。都与股市有关。从某种意义上讲,泡沫与通胀,是股市上涨的必然产物。熊市中,哪来通胀与泡沫?谈的人多了,预期变成了担心,市场压力增大,政策也会作相应的调整。最近房地产政策出现微调,与房地产价格上涨过快有关。

股市机会,大多来自于政策,风险也同样来自于政策。股市萧条,政策利好不断出台,以期恢复股市的活力。股市涨得越快,或累计涨幅太大,政策干预、调控的力量不断加大。最近新股扩容速度明显加快,几乎让市场没有喘息之机。不仅大盘股连续推出,发行价还高得离谱。在券商板块中并无特色的光大证券,发行价市盈率高达58倍,像抢钱。以这种近似野蛮的形式融资,快速消耗市场资金能量,所谓的流动性过剩,以及“钱多,人傻”的投资者们,估计也经不起长时间的折腾。

随着大盘走高,泡沫泛起,“大小非”们则继续过着阳光灿烂的日子。最近的媒体报道:目前股市中的流通盘已经超过非流通股。为什么?“大小非”减持所为。

一个残酷的现实是:泡沫越大,新股上市和“大小非”减持者越受益。而风险,则大多由充满理想、目前仍然兴奋并快乐着的投资者们承受着。当新一轮大盘上涨的大潮,被市场热情与热钱激化为日益通胀的泡沫之后,受益者继续享受泡沫带来的财富。而随着泡沫化大潮的退却,水落石出,在泡沫中游泳、在泡沫中兴奋的投资者们,理性者可能还身着泳衣、泳裤,尚能保留一点尊严与自尊;激情者、冲动者则大多只能在众目睽睽下“裸泳”了……这是每一轮牛市行情匆匆结束之后,必然会出现的悲凉景象。

不过,泡沫与通胀的形成、结束,毕竟要经历一个相对漫长的周期,目前谈论泡沫与通胀,还只是一种预期。人们炒股的热情,主要来自于预期。只是人们习惯于向好的方面预期,而对行情结束后的冷清与萧条,却往往忽视,这可能正是股市投资者的最大风险。

七月持续放量,大盘持续上涨之后,八月股市的风险,预计将主要表现为宽幅震荡带来的风险。本周大盘冲高后突然急转暴跌,天量天价,头部的征兆已经显现出来了。

像这种暴跌,可能成为后市大盘调整的主要形态。由于推动大盘上行的资金仍然充裕,由于投资者预期中国经济复苏的精神力量仍然强劲,短期内大盘持续下跌的可能性不大。随着大盘不断向上震荡,成交量持续放大,市场风险也日益挤压着后市的时机。

金融资讯

交通银行

推出“沃德添利”系列新理财产品

本报讯(记者 王震)8月4日,交通银行添利系列理财产品再添新品,“沃德添利”系列理财产品正式推出。这是国内首款智能型的理财产品,通过服务特定的客户群体,为客户提供多元化的选择,具有鲜明的财富管理特色。

继成功推出“天添利”、“久久添利”系列后,交通银行充分进行理财市场和投资者需求调研,结合国内理财产品市场发展趋势,找准银行系理财产品定位的基础上,积极主动运用投资管理工具,以稳健为导向,以满足客户资产配置为目标,以特定的目标客户为服务对象,设计出期限灵活、申赎便利、安全稳健的系列产品。

中国工商银行

发行国内首张商旅类借记联名卡

2009年7月,由中国工商银行发行的国内首张全国性商旅类联名借记卡——“牡丹携程灵通卡”正式面世。此卡将同时具备工行牡丹灵通卡和携程VIP会员卡的功能。

牡丹携程灵通卡是中国工商银行在相继推出“牡丹中油灵通卡”、“牡丹国泰君安灵通卡”等全国性联名灵通卡之后的又一次创新。作为广受客户欢迎的借记卡品牌,牡丹灵通卡可提供储蓄存款、消费支付、个人结算、代理缴费、投资理财、个贷融资、电子银行等全方位的金融服务。此次,中国工商银行与携程旅行网强强合作,面向广大城市白领、商务人士和旅游爱好者,联手打造了牡丹携程灵通卡,并赋予“专享服务热线、专享双向积分、专享特惠商户、专享旅游产品、专享服务资讯”五项特色功能,为广大客户提供出行、旅游、住宿、美食、购物一条龙服务,更是进一步提升了牡丹灵通卡的价值。 武建选 邱实

光大银行

在“亚洲银行300”排行榜名列第29位

本报讯(记者 张慧 通讯员 刘欣)日前,《亚洲周刊》2009年度“亚洲银行300”排行榜揭晓。数据显示,全球金融危机下经济增长放缓,亚洲银行业也不能幸免。不过,形成强烈反差的是中国银行逆市上升,盈利增长31%,成为亚洲乃至全球银行业的佼佼者。

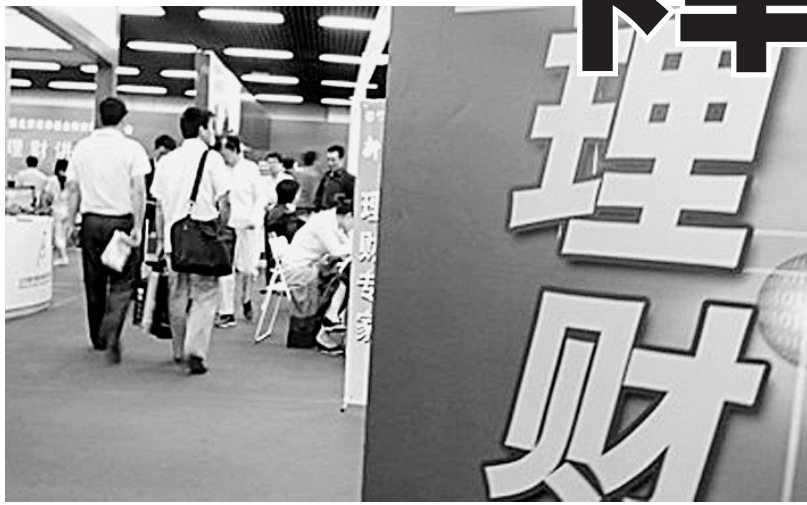
这次排名显示,光大银行成效突出,在亚洲300家银行中位次稳步上升,排第29位(去年33位),在除“日本以外的亚洲最大银行”中排第21位(去年第23位)。此外,今年光大银行首次上榜的排名有:“纯利最高的银行”排名第20位,“股东权益回报率最高的银行”排名第19位,“利息收入净值最高的银行”排名第20位。

银行理财产品

自银监会对银行理财产品定下稳健基调以来,市场上关于货币政策发生微调是否会影响到银行理财产品市场格局的问题,成为了许多银行和投资者关注的热点。为此记者近日采访了郑州市的有关专家,他们表示,目前货币政策虽有微调,但不会改变银行理财的主旋律。

下半年“稳”为先

本报记者 王震



短期产品或成主流

接受采访的多数专家表示,新股发行激起了银行发行超短期理财产品的热情,近期这类产品将成为理财市场的焦点。在证券账户空闲时,投资者不妨利用超短期理财产品提高资金利用率。

建行理财经理张鹏飞介绍,短期理财产品之所以热销,有以下两方面原因。一方面,流动性充裕,刺激了股市、楼市的强势反弹,但这种反弹明显快于实体经济复苏步伐,引发了投资者对于后市的担忧;另一方面,投资者对于已经连月负增长的CPI触底反弹的预期越

来越强烈,为预防通货膨胀,投资者又必须依赖投资市场。在这种矛盾冲突的市场预期下,银行短期理财产品理所当然地成为投资者青睐的对象。

光大银行金融理财规划师孙艺秋认为,超短期理财产品的主要特点是时间短、资金灵活、风险小且收益高于活期存款,这类产品的投资领域主要是国债、金融债、央行票据、企业债、公司债等信用等级较高的金融工具。目前,活期存款的年利率为0.36%,一天通知存款的年利率在0.81%左右,7天通知存款的年利率在1.35%左右,而人民币通知存款最低起存、最低支取和最低留存金额一般都为5万元。

观望创业板

据记者了解,各家商业银行理财产品早已开始向创业板抛出“橄榄枝”,不少股权投资类理财产品成为近期热点。

记者了解到,目前已有多家商业银行表示,想研发和推出针对创业板的理财产品,并且会改变单一的打新股模式。据不完全统计,目前已有10多家大型全国性股份制银行、私人银行有意投资创业板,投资门槛大多限定在100万元以上,期限则多为中期。

孙艺秋说,随着创业板推出时间的临近,即将开闸的创业板或将给蹒跚而行的私人银行带来新契机。

虽然有关创业板的相关细则还没有出台,但银行却已看到其中机会。一位购买过股权投资类理财产品的投资者张先生表示,“通过创业板投资成长型企业,我们看重的是分享企业成长带来的超额收益,但规模小、业绩不确定等问题,也是高风险。”

工商银行理财师高宁表示,正因为其高风险,银行在风险控制方面才需要做更多工作。有的产品设计为“优先

级”和“次级”,这种分层设计,让风险承受能力强的客户承担更多的投资风险,也因此可获更多收益。银行方面目前不建议普通投资者进入该市场。

关注信贷类产品

自银行理财产品“无缘”股市以来,债券和货币市场类理财产品明显增加,结构性产品多数保证最低收益或保本。

据普益财富统计显示,近期25家银行共发行105款理财产品,其中,非保本浮动收益理财产品发行数为56款,市场占有率下降,由前一周的60%下降至53.33%。保本理财产品发行数为49款,发行数和市场占有率均上升明显,其中保本浮动收益理财产品市场占有率占比不足10%。据记者了解,郑州市部分商业银行已出现涉股产品提前到期现象。

“银行的专长在于债券、贷款等领域。”某业内人士指出,这一领域和资本市场是存在差异的,因此银行更应专注于信贷类的理财产品。

保险在线

电话车险或将成为市场主流

本报记者 张世豪

传统渠道受冲击

8月4日,一位财险公司负责人接受记者采访时毫不讳言,目前国内车险业务的满期赔付率高达70%左右,如果考虑手续费、管理成本、营业税及各项附加,目前多数财险公司在车险业务上实际是亏损经营。“车险比例越大,亏得就越多。”

“亏损的很大原因是庞大的代理环节和恶意骗保。众多的代理公司和庞大的个人代理队伍层层代理,步步分成,客户得不到真正的实惠。由于监管的问题和代理人之间的恶性竞争,报价参差不齐。”人保财险郑州分公司电子商务部总经理王红波这样给记者分析。据不完全统计,恶意骗保占总体理赔的10%左右,加重了亏损,形成了保险公司与客户的双输局面。

记者在走访时发现,许多车主开始钟情电话车险。而大家看重的无非是三点:方便、便宜、安全。业内人士表示,与传统渠道相比,电话直销车险恰恰具有方便快捷,价格优惠,购买后享受诸多专属服务等优势,势必会对传统的保险代理形成较大冲击。

电话车险能否终结“中介”

电话车险是车主通过保险公司公布的全国统一投保热线与保险公司进行咨询、报价,保险公司直接送单上门完成投保的直销模式。

平安财险河南分公司电话销售负责人胡永庆向记者介绍说,电话直销车险能够在限折令7折基础上再优惠15%。这使得传统中介渠道采取的佣金折扣大幅让利给车主的优惠形式无形中消失了。无疑,通过电话直接购买车险最为实惠,以一辆一款排量1.8升的自动豪华车为例,通过保险公司电话车险渠道购买一年的保费,要比通过4S店、保险代理公司等传统渠道优惠近700元左右。

电话车险与传统渠道销售的车



险区别在于省去了代理环节。王红波告诉记者,对保险公司而言,由于完全剥离了代理成本,保险公司在多让利15%的基础上,仍然可以盈利,而盈利也就意味着有能力进一步改善服务;对客户而言,电话车险直接让利,享受到了优惠的价格,而且由于电话车险是集中运营,报价统一规范,车主也享受到了公道、透明的价格体系。

胡永庆告诉记者,就郑州市电话车险的发展而言,平安电话车险起步较早,目前拥有较大的电销市场。近日人保财险的电话车险业务,也将强势进入郑州市场。从北京、重庆等几个先行推出人保财险电话直通车的城市来看,电话车险产品得到

了客户的认可和一致的好评,王红波告诉记者,“电话车险未来将会占据车险市场的较大份额,会对部分不规范的传统渠道带来冲击,但不会终结‘中介’,将会成为未来车险销售的主要力量之一。”

规范行业服务标准

电话车险不仅仅只是提供了一个新的购买车险的渠道,而且还给客户带来了更加优质的专属服务。

“虽然电话车险的专属产品,价格比传统渠道优惠15%,但是这将不是我们吸引客户的手段。”王红波强调说我们坚决不打价格战。“服务,优质的金牌服务,才是我们工作的重点。”

记者在人保电子商务部了解到,电话车险将指定专人为客户提供从投保到理赔的全流程电话专业服务。建立送单上门服务团队,为客户提供免费送单上门服务。设置理赔协调专员,为电子商务客户提供优先理赔权,涉及非人员伤亡单方事故的案件,3日付款,5日提车。对出现客户理赔质量进行回访。

8月4日,郑州市人保理赔大厅,客户王女士告诉记者,她是来取赔款的,“钱也不多,人家跑前跑后的怪不好意思的。”车险管家全程周到的服务都让她不好意思再麻烦了。当记者问她车险管家和其它渠道购买的电话车险有什么不一样时,她笑着说,像移动POS收费、理赔进度查询、理赔驻场专员、电子支付赔款、故障救援、法律咨询、代办和提醒服务,都是其他渠道没有的。

之前很多特别服务就是保险代理人为了自己的客户而帮忙代办的事项,很多客户认为,认识一个卖保险的熟人能省不少事。王红波告诉记者:“我们现在做的就是把专属服务做成标准,做成行业规范,做到每一个客户身边,要让每个购买直通车产品的客户都成为熟人,都成为自己人。”

投资指南

理性投资者投基季报分析不可少



很多人认为,要在资本市场中成为大赢家,必须有很高的天赋才行。而彼得·林奇这样的投资奇才却说了与大发明家爱迪生类似的话:“投资是99%的汗水加1%的灵感”。彼得·林奇曾连续13年战胜市场、年平均复合回报率高达29%,这样的斐然业绩被归结于“勤奋”:他每年要走访500多家公司,即使陪着妻子逛商场,也要职业性地考察上市公司的销售情况。他寻找值得投资的好股票比作“在石头下面找小虫子”。他说:“翻开10块石头,可能只会找到1只,翻开20块石头可能找到2只。”

对于基民而言,在听取专家的推荐之余,仍然要仔细阅读自己已经或者计划购买的基金的定期报告,了解基金风格、持仓情况、业绩表现等信息,对所持有的基金或是准备申购的基金进行筛选。在刚刚出台的半年报中,投资者可留意报告中的仓位、投资组合、份额变化等栏目,尤其是基金经理的市场展望及操作策略。如果是股票基金,股票仓位的变化能够看出该基金对市场整体趋势的判断和操作思路是否准确。

养成阅读季报的习惯,可以逐步加深对自己中意的基金或者基金经理的了解,特别是把过去的报告中投资展望与后来发生的实际情况结合起来来看,再与市场实际走势相对比,就能清楚地看到这只基金的基金经理是否真正有前瞻性,抑或是投资思路滞后。通过研究基金资产在各行业分布的情况,投资者可以由此来了解基金的投资思路,检验行业配置是否符合基金的投资风格。

基金定期报告既展现了过往一段时间内的基金业绩,又包含了对未来趋势判断的信息。作为一名理性的投资者,定期研读报告一定会对您的投资大有裨益。 陈晨



离开宝丰经过平顶山时,稍微逗留,之后我们向南阳进发。下午下班的时候,抵达社旗县,走进了除店酒厂一条街。

河南除店集团位于社旗县社旗镇,扑面而来的静谧、悠然,仿佛是穿越时空隧道的回归,这个中原历史文化名镇南街北两端分别建起的仿清牌坊门楼,雄伟壮观,上刻有碑文、楹联、彩绘和壁画。门楼两侧分别竖立着两尊巨大石狮,吉祥中透着威严。这些仿古建筑与不远处透过重点保护文物——社旗山陕会馆古建筑群交相辉映,形成小镇一大特色。使你一走进小镇,就能感受到浓厚的酒文化气

息。伫立街头,但见“除”字大旗迎风招展,颇有些古代“酒幌”的味道。

对于没有到过除店酒业的人来说,认识她基本上来源于当年中央电视台那则“除店老酒,天长地久”广告,原野的谷禾金黄和收割机的铿锵节奏,储存在许多人的记忆中。除店酒业也在那个进行曲乐章中冲出小镇,在全国50家最大饮料生产企业各项指标中居全国酒精行业第三位。

除店人豪爽,从历届招商会上有所感觉,大概是承袭了当年刘秀社旗招兵的那种习俗,每次招商会上摆设的满架样品,到了最后,有意无意间,都被许多人顺

手牵羊带走,而主人不以为怪,佯装不闻不知,在全国的各种会事活动上,几乎惟此一例。

2007年5月18日,除店前任董事长李瀚曾就该企业因退民进的改制问题,向同行介绍了发展现状,他当时的感悟是,要加紧改制步伐,明晰产权,甩掉包袱,轻装前进。“一边改制、一边发展”可以看作是除店这几年来发展轨迹,这个进程中,李瀚带着他的团队,先后到长沙、郑州等地推介企业研发的新品。李注重细节,具备令人尊重的素质,在一些其他酒企敷衍了事并不重视的会务活动场合中,常常见

他亲临参加。

我们现在看到的除店酒业,正如李瀚之盼,行进在高速整合的道路上。将要到来的全面改制进程,也必然彻底打破这个老国营企业的格局,因此人心惶惶在所难免。通过不同渠道我们了解到,当年由组织部派遣的一些管理人员,正在观察其他机关的岗位,等待新的分派。

然而改制车轮势不可挡,在城壕高处透过夜色苍茫俯瞰除店的厂区,薄雾之中明灭灯光由近及远,似乎正在照亮着一种新的生机! 王见宾

本版图片均为资料图片

纵贯豫酒六千里(四)