

金融漫谈

学会放弃

本报记者 马晓岭

“在别人贪婪时恐惧，在别人恐惧时贪婪。”许多人都知道这句著名的投资格言。但能做到这点的投资者寥寥可数。投资最忌讳的就是贪婪。就算你拥有一只再好的股票，如果你不懂得在合适的时机学会抛弃，那你到头来只是“竹篮打水一场空”。

老子在《道德经》里有句名言：“知其黑，守其黑，为天下式。”“知其黑，守其黑”不仅是东方哲学思想的折射，也是投资学中最高境界。

牛市到来，不仅加仓还要重仓；熊市不仅减仓更要空仓。空仓难道不是在炒股？

一轮惨烈的股市下跌以后，投资者的命运便会产生天壤之别，少数人保住胜利果实，甚至在最低的位置抓到最便宜的好筹码为下一轮牛市播下种子；而大多数人则在极大的懊悔和痛苦情绪中，严重亏损不知所措。对于这样的下跌什么时候是个头，寻“底”的故事在绝望和恐慌的市场上迅速蔓延开来，但甚嚣尘上的声音是：现在可能是“底”，但历史的经验往往教导我们，“底”下面还有地下室。

如何克服贪婪？就让我们从投资大师巴菲特的智慧中寻找灵感吧。巴菲特投资股票有一个特点，那就是始终能坚持反“贪”。1984年到1986年，美国股市出现了一波大牛市，指数狂涨了2.46倍。那个时候，“人人都在谈股票，大家都围着基金经理转，连牙医也不例外”，巨大的诱惑激发了几乎所有人的贪婪欲望。然而从1986年起，巴菲特却开始抛售股票。1987年10月股市暴跌，而巴菲特当年由于仅持有华盛顿邮报、可口可乐等三只重仓股，最后反而在当年的反弹中赚了20%。

非智之不足，非技之不胜，利令智昏，贪婪之心，才是天下祸机之所伏。对于投资者而言，更是应牢记自觉远离贪婪，时刻给自己留下一分清醒的余地，这才是投资的常胜之道。

金融信息

工行河南省分行营业部举办庆祝信用卡发卡超100万张暨客户答谢会

本报讯9月10日上午，工行河南省分行在中州宾馆召开“庆祝信用卡发卡超100万张暨客户答谢会”。工行总行银行卡中心副总裁李磊女士，省工行、省银联的相关领导及200位信用卡贵宾客户到会。李磊女士和工行河南省分行副行长兼营业部总经理许杰为两名客户代表颁发了“建国60周年牡丹信用卡”的珍藏版卡模。

工行河南省分行副行长兼营业部总经理许杰先生热情致辞，郑州地区工行信用卡发卡突破百万张，感谢长期以来关注、支持工商银行改革发展的客户，希望以此为新起点，进一步提升服务能力，全力推动信用卡业务持续快速健康发展。工行将以信用卡发卡突破百万张为起点，放眼区域社会经济发展，不断加强信用卡与相关业务的渗透和融合，实现多产品、多业务融合和实时跟进。同时强化质量效益，优化产品结构，提升信用卡业务综合贡献度，加大创新力度，增强市场竞争能力，突出调整结构和提升品质，完善考核评价机制，实现精细化管理，全面提升服务能力和品牌形象。

工行的优质企业客户代表和白金卡个人客户代表在发言中表示，感谢工商银行的大力支持，期待工商银行为企业提供更多更优质的服务。（通讯员 杜云生 李锋）

交通银行“得利宝·久久添利”首季分红得佳绩

本报讯(记者 王震)交通银行“得利宝·久久添利”理财产品日前实现首季现金分红。该产品首季现金分红年化收益为7.6384%，其低风险的产品结构设计以及优秀的业绩成为理财产品市场的热点。

该产品的投资范围为“权益类资产、固定收益类资产、以及其他依法成立的理财产品和信托产品等”，各投资品种的权重可在约定范围内调整，这种设计显示了产品“稳健增值，久久添利”的投资风格。在1.75%的基础年化收益之外，投资者还能分享各类投资品种带来的浮动投资收益。该产品无固定期限，投资者每天可通过交通各营业网点或网上银行申购，并可在指定时间赎回。另外，该款理财产品季季现金分红，投资者每个季度都能及时享受投资回报。

光大银行推出“经营性物业抵押贷款”业务

郑州的王女士名下有一物业，目前出租给一家大公司，每年租金是180万元。近期，她又看好了一处繁华地段的商铺，想抓住商机尽快购置投资，但手头没有充足资金。光大银行向王女士介绍了该行最新推出的“经营性物业抵押贷款”业务，并与承租方协商一致，王女士用现有物业的租金作为还款来源，成功从银行贷出600万元，王女士的资产也像滚雪球一样越做越大。

据光大银行客户经理介绍，经营性物业抵押贷款是针对持有经营性物业的借款人发放的，是以经营性物业作抵押，并以该物业租赁收入作为主要还款来源的人民币贷款业务，贷款期限最长可达12年，贷款额度最高可达6成。刘欣

金价破千

起点 Or 终点

本报记者 王震

多重因素助推

专家分析，此次金价冲破千元大关与历史上每次金价的大幅上扬类似，通货膨胀预期和市场整体风险状况与其有着紧密联系。同时，对于普通居民来讲，为了在通货膨胀中保护好自己财富，会选择大量购买黄金来规避风险，这样就带来了黄金市场需求结构的变化。

“受美元下跌、金价突破重要技术阻力位以及股市不确定因素等影响，国际资金快速流向安全性较高的黄金，激起了这一轮黄金快速涨势。”光大银行理财师肖方分析，金价此次破千不仅依赖于金融市场动荡、避险需求引发的“避风港”效应带动资金大量涌入，更重要的因素则来自于全球一系列经济数据向好，国际原油为主的大宗商品处于上升通道，通胀预期和国际炒家的介入。

建设银行理财经理齐兵补充说，九月来临，也意味着世界上两大黄金消费大国中国和印度的节假日临近，是传统

的黄金需求旺季，而在年末的圣诞假期也成为欧美节日用金的高峰期。

此外，招商银行郑州分行文化路支行理财师王军强分析，避险、投资、储备、套利等各种需求在全球各国加息可能增大、通胀预期增强的情况下快速集聚，推动金价“冲千”，毕竟黄金是最佳防御性资产。

后市走向分歧加大

伴随着多空双方的激烈争夺，千元之后黄金是否迈进新的起点？市场出现了两种对立的观点。谨慎者多认为美元弱势正逐步确立，金价有望刷新历史新高。看空者则认为全球经济状况已获改善，对于黄金避险需求国际上或采取打压态度，金价可能会处于震荡阶段。

省会一家大型黄金公司营销负责人告诉记者，本轮上涨完全是资金推动的结果，行情去来都可能很快。对于黄

金生产商而言，金价若不能成功闯关，将会加大现货抛售力度。

河南省钱币有限公司郑州经三路店的一位负责人则保持谨慎态度。他说，黄金突破1000美元是“顺其自然”的事情，因为在全球统一救市行动之后，低利率环境下的“经济回稳”将转化为“实际通胀”，黄金自然将会受益。但是，即使“破关”之后，也未必还有很大的上升空间。

中国黄金河南分公司分析师徐宏伟的看法更为谨慎。“本轮黄金上涨是避险需求所致，一方面8月份全球股市和其他大宗商品期货表现都不是特别好，资金没有更好的投资渠道，国际游资借势9月份黄金的传统消费旺季发动一轮攻势，也是很正常的事情。”

值得一提的是，历史上国际金价两次冲击1000美元关口后，仅有2008年3月17日那天的收盘价站上了1000美元/盎司。因此，此次能否有效破关，各方还需拭目以待。

切忌盲目追高

“这次金价跨越1000美元对于许多投资者来讲，似乎意味着一个新时代的开始。个人投资者在金价数百元甚至上千万元购买金条的故事在媒体报道中屡见不鲜。”兴业银行理财师方鹏亚认为，在黄金市场愈发火热的时候，普通投资者参与其中仍然需要防范风险。事实上，不少目前黄金实际交易中蕴含的风险状况在过去也许并不存在。

中信银行理财经理方晓华表示，为了让更多的投资者进入黄金市场，黄金的证券化发展到了历史前所未有的程度，与黄金挂钩的证券类产品越来越多。

业内人士建议，在结构日趋复杂的黄金市场中，对于普通投资者来说，实物黄金投资仍然是介入黄金市场最稳妥和可靠的途径，但前提是这样的投资应抱着长期持有、实现保值的目的，而非短期的获利。

光大银行发行阳光伊人钛金国际信用卡

本报讯(记者 张慧 通讯员 李景辉)9月9日，中国光大银行在郑州隆重推出其首张女性主题信用卡——阳光伊人钛金国际信用卡，此卡配备多种女性专享尊贵权益和关爱计划，旨在让持卡女性在工作之余，畅享久违了的悠然自在、从容纯粹的生活。

据了解，现代白领女性普遍面临“地位崛起，关怀缺失”的问题。现代社会的高速发展让越来越多的女性成为了职场中不可或缺的一员，职场上的成功却也无法减轻甚至加重了她们肩头日益沉重的负担。工作的压力、家庭的责任、岁月的侵蚀、病痛困扰……每一个女人都像是遗落在人间的天使，每一个女人心中都拥有永远的伊甸园。中国光大银行如何能解决现代白领女性关心的问题，精心打造阳光伊人钛金国际信用卡，为持卡的每一位天使提供

更多的自我关怀与社会关怀。中国光大银行信用卡中心负责人说：“我们是在为现代白领女性打造一个私人会所，一个可以完全放松身心的交流平台和心灵港湾。”

与其它信用卡产品明显不同的是，阳光伊人钛金国际信用卡在增值服务设计方面尤其注重这种私属的悠然与纯粹生活的打造，这使它看起来既像信用卡，又像一张高端会员卡。例如定期举办美丽讲座，邀请知名美容、服饰专家介绍最新时尚观念、美容方法、服饰搭配、才艺气质培训等；定期举办高端对话，邀请知名成功女性与持卡人进行近距离交流；组织团购，不定期联系知名品牌进行会员团购；建立“小圈子生活”，根据白领女性在理财、健身、美容、儿童教育等方面的不同爱好和需求，组织各种活动，提供交流、互动的平台。考虑到这类女性群体

在工作和生活中的实际需要，中国光大银行还精心挑选了全国各地数百家专享女性主题特惠商户，涵盖了美容美体、养生保健、服装服饰、化妆护肤品、医疗保健等诸多领域，持卡消费可以得到特别的折扣优惠。另外，阳光伊人钛金国际信用卡赠送主卡持卡人100万元人民币出行意外保险；同时还赠送主卡持卡人5万元人民币家庭财产保险，解除女性客户工作和生活中的后顾之忧。

记者发现，阳光伊人钛金国际信用卡的卡面设计也独具匠心。采用目前非常流行的青花图案作为背景，给人以素雅而不失高贵、古典而不失时尚、鲜活而不失庄重的感觉。这既与现代白领女性的定位相一致，又与中国光大银行信用卡长期坚持的中国元素理念一脉相承，体现了产品设计的匠心。

高端理财市场惊现“洛阳纸贵”

本报讯(记者 王震)记者日前从百瑞信托了解到，今年以来，百瑞信托已连续发行十多支集合类信托计划，其中亿元以上规模信托计划更是占据了半壁江山。经过两年多来的不懈努力，百瑞信托按照信托“新两规”（《信托公司管理办法》、《信托公司集合资金信托计划管理办法》）要求，努力回归信托主业，大力发展“合格投资者”，业务转型成效显著，信托业务发展不断取得重大突破，多款产品持续热销高端理财市场。

百瑞信托财富中心负责人表示，今年以来，该公司发行的多支集合类信托计划都受到了投资者的热捧，产品一上市就被预定一空，超额预约更是屡见不鲜，以至于多次出现“洛阳纸贵”的脱销场面。虽然近期百瑞信托加快了产品上线速度，曾于6月份同时发行4款理财产品，但因受信托“新两规”中“单个信托计划的自然人人数不得超过50人”的规定限制，仍有部分预约客户因投资额度稍低而未如愿以偿。据了解，该公司分别在七、八月份发行的宝盈32号(杜康投资)和宝盈39号(新长城房地产基金)更是出现了三天预约额超过预计规模2倍、三天资金募集结束的火爆场景。

采访结束时，该负责人告诉记者，百瑞信托将于下周再推一款新的理财产品——百瑞宝盈40号(亚新地产)信托计划，该计划以债权和股权方式综合运用信托资金，通过土地抵押、房产抵押、股权质押和结构化设计等为信托资金提供保障，产品预期年收益率为两年、三年银行定期存款基准利率的3倍，高达8.5%、10%。

记者获悉，近段时间以来，随着沪深股市的大幅调整，大量资金开始纷纷流出股市和基金市场，而信托理财以其独有的制度优势和优异的市场表现，正在受到越来越多高端理财客户的关注和青睐。百瑞信托近期多支信托计划的发行都非常顺利，尤其是房地产信托产品更是以其鲜明的高收益、低风险特色受到投资者追捧。

信托业内专家表示，信托产品收益率稳定、保障措施严密，资金复合投资优势明显。在股市震荡调整、银行存款利率又处于历史低位水平的情况下，信托理财成为高端理财首选实属理所当然。

中国银监会批准设立专业信托理财金融机构 2008年设立全国唯一信托行业博士后科研工作站 百瑞信托 高端理财 首选百瑞 理财热线：800-883-6667 手机和未开通800地区拨打：0371-63581273

保险课堂

你对寿险了解多少

恒安标准人寿 Heng An Standard Life 生命比生存更广阔

2009年，恒安标准寿险指数以消费者对寿险的需求认知、供给认知和意向为内容，调研了郑州等多个城市，综合今年的寿险指数，国内消费者对寿险行业评价大大提高，消费者对寿险认知度有较高增长。调查显示，寿险成为居民最为重要的理财工具之一，列在银行储蓄和买房子之后，位居第三名。

四大典型人群

“白领夹心族”——这一群体受过良好的教育，家庭收入中等，充满爱心和责任感，对未来既期待又不安。他们对父母和配偶最关爱，高于所有族群，而且所有统计值都超过均值4%-5%。对于风险和行业的认知高于均值2%。另外，这个群体普遍认为尚没有安全的退休规划。“金领”一族——这一群体选择

的投资理财方式多，重视合理的资产配置，重视保险的保障功能，也有实力承受一定的投资风险。其安全财务规划指数高于均值4.22%；风险认知指数也较为突出。同时，专家建议，价值认知指数和行业价值认知指数高于平均水平。

“成功企业主”——这一群体自信，个性鲜明，努力掌握未来。他们日常工作压力大且很繁忙，对患病和发生意外有较高的忧虑。反映到寿险消费上，购买意向高于均值7.81%；而具有鲜明反差的是，这一群体对行业价值认知指数远远低于其他人。

“个体拼搏族”——这一群体的主要特征为工作强度大，收入缺乏稳定性，但这一群体总指数较低，且风险意识和购买意愿在所有人群中最低。

五大误区

对家庭的责任和态度不清晰。部分消费者过分沉溺于自身享受而

忽略了家庭责任。如多数成功企业主为自己的退休生活做了很多准备，却对配偶和孩子的未来生活规划较少。

关注当下消费，忽略未来规划。以白领人群为例，他们比较关心当前日常生活的消费，追逐较高的生活品质，但较少考虑未来的储备和财务规划。

对风险缺乏正确认识。很多消费者对风险的发生抱有侥幸心理，认为风险不会降临在自己头上，以个体拼搏族为例，他们对风险认知最低，对规避风险做的财务准备最少。

不相信专业建议，重价格轻价值。有的消费者虽有意识购买保险，往往过多考虑保费支出，而忽视自身的需求等其他重要因素。以成功企业主为例，他们购买意愿很强，但不了解寿险行业的价值，而且不相信专业建议人员。

寿险消费“只知不行”。指数调研结果显示，很多消费者了解并认可寿险的作用，却没有购买行为。本报记者 张世豪



郑州市商业银行为共和国成立60周年献礼

献上了一份特殊的礼物。

纪念卡是商鼎卡的一种，卡面分四款，主色调为红色和黄色，包含了国旗、天安门、华表、长城、神六、青藏铁路、鸟巢以及港澳标志性建筑等元素，反应了新中国成立60年来，在政治、经济、文化、科技等方面取得的辉煌成绩，主题鲜明、意义深远。纪念卡除了纪念功能外，还可与客户所持商鼎卡进行联系，客户持商鼎卡可享有的所有功能以外，出示纪念卡还可获得更多增值服务，持卡人可在郑州商行设有VIP室的网点享受VIP客户的服务；免收商鼎卡年费且免费开通短信服务；生日当天还会收到郑州商行送去的温馨生日祝福等。因为发行数量有限，为了庆祝新中国60周年精心打造的纪念卡还具有很高的收藏价值。自2000年郑州市商业银行首发

“世纪一卡通”之后又陆续推出了与商丘、开封、信阳、南阳的联名世纪卡，和长通物流联合推出的全国首家银企联名的商通卡。2006年7月，安全性更强、功能更齐全的“商鼎卡”一经推出，便受到了社会各界的好评，它实现了城市居民日常生活的各项社会公共费用一站式缴清，成为了名副其实的“民生生活大管家”。随之推出的特惠商户服务、存款积分、刷卡有礼等增值服务让商鼎卡获得了“市民最喜爱银行卡”的美誉。这跟郑州商行服务城市居民的市场定位是分不开的，想客户之所想、急客户之所急让郑州市商业银行无愧为一家“咱老百姓自己的银行”。

“能与共和国同岁，我感到很荣幸，能够亲身经历共和国的发展变革，一步步走向强大，我更是深感骄傲和自豪。这次有幸获得郑州商行赠予的

新中国60周年纪念卡，我感到万分荣幸，作为一名郑州商行的老客户，对商鼎卡齐全的功能我深有体会。在这里我要感谢郑州市商业银行，我也将一如既往地支持他的发展，愿他能伴随着共和国的发展，一步步走向辉煌。”受邀参加仪式的一位郑州商行客户激动地告诉记者。

