

# 信贷紧缩

随着国内信贷的逐步收缩,尤其在通货膨胀预期不断加强的情况下,曾占据银行理财市场“半壁江山”的信贷类理财产品还能否成为大众投资银行理财产品的理想选择呢?分析师认为,今年的银行信贷类理财产品发行量可能会大幅回落,债券和货币市场类理财产品将保持较高的发行量,占比或超过50%,而挂钩黄金、贵金属的结构性产品也会显现投资机会。

# 银行理财产品格局悄然改变

本报记者 王震



资料图片

## 信贷类产品遇冷

信贷类理财产品骤然遇冷,这是2010年银行理财市场出现的新情况。

统计显示,今年一季度信贷类理财产品发行数为157款,债券类理财产品发行数为449款。信贷类理财产品的发行数,相比于2009年11月份单月400余款的发行数,缩水约60%。

信贷理财产品发行数缘何大幅度减少?招商银行理财师贺军强在接受采访时认为:“这主要是受去年12月银监会下发的《进一步规范银信合作有关事项的通知》(即12月14日的111号文)与《关于规范信

贷资产转让及信贷资产类理财产品有关事项的通知》(即12月24日的113号文)两个文件的影响。这两个文件的出台,使得信贷资产类理财产品迅速减少,从而使信贷类理财产品总体大幅减少。”

那么,曾占据银行理财市场“半壁江山”的信贷类产品发行数的骤减,是否会使得整个银行理财市场格局大幅改变?

光大银行郑州分行理财经理肖方分析说:“2010年因为政策和市场环境的变化,银行理财将出现一些新的变化和特点。首先是因为政策的变化,银行理财的投资方向将发生变化。2009年信贷类理财产品成为主流,2010年,将可能出现银行理财对企业

债、可转债等与信贷类产品和结构化产品多头并存的局面。”

## 债券类产品显身手

业内人士表示,随着信贷类理财产品热度减退,债券与货币市场类产品有望异军突起。今年债券和货币市场类理财产品将保持较高的发行量,占比或超过50%。

记者注意到,在信贷产品发行大幅缩水的同时,低风险的债券和货币类理财产品已成为近期的主角,而统计数据也显示出了这种苗头。记者调查发现,目前,一些银行网点在售的理财产品多数是债券类产品,以7天、14天、1至3个月等的短期产品较受欢迎。

工商银行理财师陆剑桥表示,虽然目前加息预期比较强烈,债券票据等价格会有一定幅度下跌,但不会大幅度下跌。同时,加息预期使得债券票据等收益率增加,这对银行债券类产品的发行也有利。

在产品收益率方面,与信贷类理财产品相比,债券与货币市场类理财产品收益略低,不过此类产品往往具有更高的流动性,一般最长的投资期限1年,最短的只有几天。以同样投资期限1年的产品看,债券与货币市场类产品的年收益约在3.5%~4%,比信贷类产品落后大约0.5%。不过,比起1年期定期存款2.25%的收益率,债券类理财产品的收益率还是较为吸引人的。

据统计,2010年前两个月的债券类产品以短期的产品居多。理财期限为1个月以

下的人民币债券类理财产品共发行166款,平均年收益率为1.84%,占这两个月债券类产品发行总数的33%。理财期限为1至3个月的人民币产品则共计127款,平均年收益率2.38%,约占2010年发行总数的25%。理财期限为6个月到1年的发行数较少,大约20款。

## 结构性产品收益可期

肖方认为,去年备受追捧的信贷资产类理财产品有可能因为新规出台而在今年受到限制,结构性理财产品因受到全球经济回暖、通胀预期增强等因素影响,注重结构性依然是2010年的投资主题。

多数理财专家表示,贵金属和黄金已成为各路资金追逐的热点,投资者在选择银行理财产品时也可以考虑提前布局。

得益于国际金价的不涨,挂钩黄金的结构性产品涨势抢眼。如某银行的“开放式结构性投资计划瑞银彭博固定期限黄金超额回报指数”一直稳居QDII收益榜的首位,截止到2月25日,累计收益率达到52.10%。

关于2010年黄金走势,中信理财经理方晓华认为,后半年随着市场对收紧货币环境的适应,以及经济稳步复苏周期的确定,金价有望重回回升势,并有可能复制2009年的行情,在第四季度再度刷新历史新高,我们乐观的预期金价将会突破历史高点,并有可能上探1350美元/盎司一线。

## 金融漫谈

### 孤独地与时间赛跑

本报记者 马晓鹏

在过去60年中,美国的通货膨胀是1000%,英国是4000%。怎样来抵抗通货膨胀,通过什么方式保值增值、延续财富?要持有怎样的资产度过漫长的岁月?我们要持有怎样的资产才能够保证我们的财富不受损失?

大起大落是投机,而持续盈利才能称为投资;财富管理不是半年、一年、几年,是一生的,甚至是穿越几代人的一个目标。而真正做到投资而非投机,最重要的就是,把财富交给时间来增值。

实际上,在过去的100年当中,美国市场的平均回报率是10.4%,它其中5%是来自分红,4.8%是来自盈利的增长,只有0.6%来自市盈率的变化,也就是股价的涨跌。可惜的是,绝大多数的投资者,并不看重分红和企业内生性增长,他们盯住的是0.6%股价的波动,长期来看,这是没有价值的。因为短期的波动,很快就会被长期的曲线所抹平。

“我不是在与跑得比兔子还快的那些投资者赛跑,我是在孤独地与时间赛跑。”中国最著名的私募基金旗手但斌说,有些投资者总是企图把别人口袋的钱,赢到自己口袋来,把股市看成是一个赌场;他们始终没看到,股票本身就能带来利润,这是一个正和博弈,而不是你死我活的零和博弈。

“时间的玫瑰”是北岛一部文集的名字,用来解释投资实在太贴切了——人生短暂,就像玫瑰,花开一季,匆匆凋谢,因此如何投资就显得尤为重要。

人生常常是在得不到时的痛苦与得到之后的厌倦之间徘徊,这样的人其实总是有很多短期的目标,所以才不断重复痛苦与厌倦。在但斌眼中,价值投资是一种信仰,它可以让人摆脱这种低级循环。

选择企业要穿越周期,穿越企业,穿越历史,世界100强的企业中,没有一个是靠投机胜出的,它胜出的原因,是靠在一个或几个领域里持之以恒地坚持数十年,甚至上百年的经营的结果。它们并没有在经济或企业高潮的时候卖出它们的事业,然后等经济或企业低潮再买进。

长期投资最难的是遇到一些意想不到的事情,甚至是一些即便你想到但也必须经历的磨难。如果用龟兔赛跑来寓意投资,那兔子根本没有获胜的机会。类似巴菲特的长期投资者更倾向于成为乌龟,在岁月的历练中成长为致胜的永恒。频繁交易的人只能是成为兔子。

巴菲特之所以伟大,不在于他在75岁的时候拥有了450亿的财富,而在于他年轻的时候明白了许多事情,然后他用一生的岁月来坚守。

## 理财指南

如何管理和使用好现在和未来的现金流,让资产在保值的基础上实现稳步、持续的增值,是消费者比较关心的问题。

**第一步:理财是一个长期过程,需要时间和耐心。**有许多投资理财者都比较乐于短线频繁操作,以此获取投机差价。特别是在股票投资时,更是喜欢追涨杀跌。建议这些投资者把握住市场大的发展趋势,顺势而为,将一部分资金进行中长期投资,树立起“理财不是投机”的理念,做到未雨绸缪。

**第二步:树立风险意识,投资是有风险的,高回报的产品也对应着高的风险。**高风险的投资品种,如股票、期货投资,有产生高回报的可能,但也能导致巨额亏损;从理财的角度来看,人的一生可以分为不同的阶段,在每个阶段中,人的收入、支出、风险承受能力

与理财目标各不相同,理财的侧重点也应不同。因此,我们需要确定自己阶段性的生活与投资目标,时刻审视自己的资产配置状况及风险承受能力,不断调整资产配置,选择相应的投资品种与投资比例。

**第三步:保险是一种重要的财务保障手段,是家庭理财的重要组成部分。**保险的功能是当发生事故时仍能有一笔金钱或收益可弥补缺口,降低人生旅程中意料之外收支失衡时产生的冲击。

**第四步:针对理财目标合理配置资产。**一般而言,不宜将所有的资金投入到一个品种内。家庭资产合理配置比例大致可以按如

下配置:家庭收入的40%用于住房及其他方面投资,30%用于家庭生活开支,20%用于银行存款以应急之需,10%用于保险。

**第五步:要多学习理财知识,多同专业理财人员交流,增加分辨能力和投资能力。**每天多看财经报纸,看理财书籍,听理财讲座或者电视,逐步增加理财知识。

**第六步:要多记账,内容包括资产负债表和现金收入支出表,做到收支有数。**可以对照去年和今年的账,看看有什么钱是该花的,有什么钱是不该花的。根据记账的结果做到有的放矢,做出有计划、合理的理财目标和理财规划。

世豪

## 保险在线

### 险企发力代理渠道 保险中介或迎春天

如何顺应趋势,借助专业保险中介机构的优势快速、低成本搭建自己的全国销售网络,实现为客户提供服务的目的,一直是保险公司在保险营销机制方面探索的课题。伴随着河南保险中介市场的不断发展,保险公司与保险中介也纷纷加大合作力度。

4月2日,由恒安标准人寿河南分公司主办的“中介力量”高端论坛上,恒安标准人寿推出针对保险中介渠道销售的产品“金福来”。而此前,生命人寿、华夏人寿等纷纷与保险中介合作推出专属产品。业内人士表示,由于保险中介作为独立于保险人和投保人之外的第三方机构,更加了解客户的真实需求和保险产品的特点,因而保险中介根据客户的需求直接向保险公司定制产品逐渐成为趋势。

恒安标准人寿河南分公司多元行销渠道总监海浩告诉记者,随着近几年专业保险中介的快速发展,专业保险中介已成为保险销售市场上快速崛起的新生力量,占有的市场份额也逐年上升。“金福来”是恒安标准人寿打造针对多元行销渠道目标客户群体专属产品品牌的第一步,今后将会根据客户的需求逐步丰富完善“金福来”系列产品,使“金福来”成为覆盖养老、少儿、储蓄及保障等需求



的一个品牌保险产品家族。

据悉,目前我省已经有专业中介机构308家,还有华康、大童等全国性的保险中介机构。华康保险代理的渠道总经理李宁表示,该公司已经排到了全国保险销售业绩的第12位。在全国近百家保险主体里,一家保险中介机构能排名如此靠前,不得不承认保险中介的发展空间巨大。

虽然通过保险中介来销售产品的优势正在逐步显现,但是保险中介的困扰与问题也不少。“保险中介其实是一个弱势群体,得不到行业的关注,我们希望通过自己的努力让更多的人了解保险中介。”郑州合盛元保险代理郑州本部总经理马晓蓉说。

来自河南保监局的数据显示,2009年河南的保险中介市场,308家专业中介机构,实现盈利的为35家。显然,有90%的保险中介还处在“吃不饱”或是生存艰难的阶段。专属产品的不断上市将成为保险中介发展的有效助推剂,推动保险中介向自己的春天再迈进一步。

张世豪

## 金融漫画



负利率时代再次来临。负利率时代的一个重要现实是,以货币形式存在的财富,如现金、银行存款的实际价值降低了,而以实物形式存在的财富,如房产、黄金、股票等,往往因为通货膨胀的杠杆作用,其实际价值得以上升。

日益高企的CPI数据,令通货膨胀成2010年的焦点话题。诸多媒体与经济学家,都将通胀因素称为2010年经济的最大威胁。有关调查亦显示,逾78%的投资者,心忧资产缩水,将跑赢物价指数列为今年的理财目标。对此,理财专家建议,虽然投资渠道相对有限,但市民可以从自身的资金状况和风险承受能力出发,在自己熟悉的投资领域采取灵活积极的投资策略,避免资产缩水。

## 金融资讯

### 工商银行 个人客户逾2.1亿个

本报讯(记者王震)记者近日从工商银行河南省分行获悉,2009年中国工商银行全面推进个人金融业务创新,努力提升服务水平,在支持国家扩大内需、促进消费的宏观经济政策的同时,各项个人金融业务也取得了长足的发展,继续稳居中国第一零售银行的市场地位。

据悉,截至去年年末,工商银行个人客户数量已达2.16亿个,储蓄存款余额超过4.6万亿元,个人贷款余额达1.2万亿元,销售各类投资理财理财产品约1.53万亿元,银行卡消费额近1.5万亿元,均居国内同业首位。凭借在个人金融服务领域的优异表现,最近工商银行在国际知名财经杂志《亚洲银行家》主办的“亚洲卓越零售金融服务大奖”评选中一举获得“中国最佳零售银行”、“中国最佳大型零售银行”和“中国最佳个人网上银行”三项大奖,这也是该行连续第8年在该项亚洲零售银行服务领域最具权威性的评选中获得荣誉,充分显示出了业界对工商银行个人金融业务的高度认可。

### 光大银行 出国金融业务春季促销火热

本报讯(记者张慧 通讯员刘欣)无论是出游还是留学,总会面临处理一系列繁琐而复杂的金融问题:出国留学前应该如何做好资金准备呢?资金如何携带出境?出境后如果出现证件丢失等问题应该怎样处理?

据记者了解,近期中国光大银行针对出国旅游及出国留学的客户推出了一系列出国金融套餐服务,并对多项业务实行了减免手续费、赠送小礼品等优惠活动。

中国光大银行郑州分行出国金融中心的负责人表示,该行现在能够提供全方位的出国金融服务,诸如个人购汇、结汇及外币兑换、存款证明及理财产品持有证明、留学贷款及贷款证明、爱尔兰留学存款冻结、境外电汇、西联汇款、环球汇票、旅行支票、签发外币携带证、预约开立境外银行账户、阳光国际信用卡、出境旅游资金托管、出境意外伤害保险、国际教育展及行前准备会等。对于上述业务,光大银行出国金融中心也设有专门的理财师,随时指导帮助留学生们办理相关的业务。

### 中信银行 业余高尔夫巡回赛郑州站将打响

本报讯 由中信银行独家冠名赞助的“中信银行中国业余高尔夫巡回赛”(简称业巡赛)——郑州站将于4月18日~22日在河南思念高尔夫俱乐部打响。业巡赛迎来了其历史上的第48站比赛,同时也是中信银行连续4年独家冠名赞助步入第二年举办的第二站比赛。

2009年,中信银行宣布连续4年(2009~2012)独家冠名赞助“中国业余高尔夫巡回赛”,并将“业余精英比洞赛”纳入到“业巡赛”中,每年度举办7站比赛。中信银行全力投入,由零售银行部、公司银行部、信用卡中心共同举办,创造了中国高尔夫运动发展史上的多个先例。媒体将这一现象形容为中国高尔夫球运动发展史的里程碑事件,称之为“业巡赛”发展进入新纪元。

3月21日~25日,中信银行业巡赛2010赛季首场比赛在福州海峡奥林匹克高尔夫俱乐部成功举办。一直以来,“业巡赛”以培养球手为己任,逐步成为中国规模最大、规格最高、影响最广的业余巡回赛事,培养出了众多的优秀球手,被誉为“中国优秀高尔夫球手的摇篮”。 (尹政)

### 中国银联携手商业银行 开展打击银行卡犯罪问卷调查

本报讯(记者王震)近日,中国银联联合多家商业银行,启动“安全用卡,放心支付”打击银行卡犯罪专项行动问卷调查。持卡人可在3个月内登录银联门户网站以及工商银行、招商银行等商业银行网站参与活动,并有机会获得中国银联赠送的上海世博会门票。

此次调查将重点从POS和ATM机具使用、互联网支付、安全意识等方面,考察了解持卡人的风险防范意识和能力。中国银联希望以答题方式促进安全用卡知识的传播,并为有关部门深入打击银行卡犯罪提供情况资料和决策依据。

在银行卡风险防范工作中,中国银联积极履行卡组织职能,携手商业银行等产业各方,认真贯彻落实政府有关要求,协助公安、司法部打击银行卡犯罪行为,同时,积极完善市场自律机制和银行卡风险防范体系,加强受理市场秩序规范管理,提高银行卡风险管理能力,推动了我国银行卡产业保持快速、健康、有序发展。

### 平安电话车险 2010年预计达到保费百亿元

本报讯(记者张世豪)从平安电话车险披露的2009年的市场数据结合当前市场环境来看,2010年到了电话车险井喷的时候,电话车险大势已成。

据了解,平安电话车险2009年全年完成保费42.5亿,2009年平安电话车险率先实现成本低于100%,达到1.5%的盈利,全年主动呼入电话产生的保费高达2008年的3倍以上。有数据显示,2009年年底全国汽车保有量7619万,增幅17.8%;2009年汽车销量1350万辆,预计2010年销量1512万辆。其中,越来越多的75后、80后人群成为私家车的消费主体,电话车险直销模式“投保方便,价格低廉,服务无忧”的优势更好地契合了他们的需求。虽然电话销市场在飞速增长,但各保险公司的业务规模却参差不齐。虽然目前已有12家保险公司开展电话业务,但是仅平安一家就占到了接近90%的市场份额,而平安公布的2010年市场战略保费业绩将直指100亿,也就是说,仅用3年的时间,平安仅靠电话车险这一单一渠道便可打造一家全国排名前十的车险公司。