

金融速递

光大按揭业务 助力工程机械行业

本报讯(记者张慧 通讯员王振)受国家4万亿元投资带动,2010年上半年国内工程机械行业呈现高速增长态势,中国光大银行的“总对总”工程机械按揭贷款业务也得到了快速发展,累计投放超过800亿元,市场占比近60%,稳居行业首位。被业内誉为“光大模式”的工程机械按揭业务迈上一个新台阶。

作为最早进入工程机械行业的商业银行,中国光大银行于2002年率先推出“总对总”工程机械按揭贷款业务。8年来,光大始终秉承以客户为中心、创新为先的经营服务理念,把支持工程机械产品金融链业务作为本行中长期业务发展战略,从资源配置、管理体系上探索新思路,尝试新做法,在风险控制情况下不断完善产品种类,优化业务流程,为客户提供更加贴心、周到、完善的金融服务。

截至目前,“光大模式”工程机械按揭贷款业务合作企业50余家,均为国际知名品牌企业、国内行业龙头企业或国内上市公司,合作经销商超1000余家,合作产品包括挖掘机、装载机、起重机、路面机械、混凝土机械等多品牌、多系列工程机械产品,支持10多万名客户通过按揭方式购买了工程机械设备,业务范围遍及全国31个省级行政区。

由于在工程机械按揭业务上的突出表现,光大银行成为迄今为止唯一一家被“中国工程机械工业协会”授予“中国工程机械行业金融突出贡献奖”的商业银行。

首单人民币出口买方信贷业务 落户工行

本报讯8月12日,中国工商银行与华为公司及其印度尼西亚合作伙伴正式签署了总金额达20亿元人民币的融资框架备忘录,同时还签署了在此框架下的首笔人民币出口买方信贷协议。这是迄今为止全球首单人民币出口买方信贷业务,对海外项目人民币融资和人民币跨境贸易结算业务的发展将起到积极的推动作用。

根据协议,工商银行将联合中国出口信用保险公司为华为公司的印尼客户提供首笔金额为5000万元人民币的出口买方信贷,专项用于印尼客户向华为公司购买“在线计费系统”(Online Charging System,简称OCS)智能网计费平台系统设备。

工商银行相关负责人告诉记者,由于以往的出口买方信贷业务主要以美元结算,对于此次使用人民币结算,工商银行做了精心准备,依托其境内外完善的服务网络,专门设计了金融服务方案,为印尼客户提供细致周到的一揽子服务。其中,工商银行在港机构工银亚洲为客户提供了综合融资及汇率避险方案,工行印尼子行则凭借其在印尼当地良好的客户关系和市场形象,为客户提供人民币兑换与跨境汇款等服务。

业内人士指出,由中国商业银行为海外项目提供人民币融资,不仅有助于稳定外贸进出口,加大对企业“走出去”的支持力度,同时也有助于进一步加快跨境贸易人民币结算业务发展,提高贸易和投资便利化程度。(宋金亮 范保成)

交通银行 中期业绩喜人

本报讯8月18日,交通银行正式对外发布2010年中期业绩。2010年上半年,交行深入剖析宏观经济金融形势变化对商业银行经营管理的影响,积极应对国家宏观经济政策调整,妥善处理业务,风险防范与结构调整的关系,取得了良好业绩,实现净利润人民币203.57亿元,同比增长30.08%。

按国际财务报告准则审计口径,截至2010年6月30日止,交通银行资产总额达到人民币37092.79亿元,比年初增长12.09%;实现净利润人民币203.57亿元,同比增长30.08%;平均资产回报率(年化)和平均股东权益回报率(年化)分别为1.16%和22.61%。客户存款余额达人民币27029.31亿元,较年初增长13.95%;客户贷款余额达人民币20705.68亿元,较年初增长12.57%。净利差和净利息收益率分别为2.36%和2.43%,比上年同期分别提高25个和22个基点。减值贷款比率为1.22%,比年初下降0.14个百分点;拨备覆盖率达到161.17%,比年初提高10.12个百分点。再次跻身《财富》(FORTUNE)世界500强,营业收入排名第440位,较上年提升54位,并继续保持《银行家》(The Banker)杂志全球1000家银行一级资本排名第49位。(田国华)

中信银行 网银积分换礼活动启动

本报讯 随着公司网银和现金管理的持续创新,随着中信银行公司电子银行的产品功能和服务渠道日趋完善,为了更好地推动新产品的营销推广,进一步提升中信银行公司电子银行和现金管理的品牌形象和市场影响力,中信银行将继续开展公司网银促销活动。

从8月开始,中信银行面向广大企业用户,开展公司网银积分换礼促销活动。只要注册成为中信银行财资空间社区会员,参加社区活动,通过中信银行公司网银办理金融业务,就有机会赢得积分,并以积分换取总值百万元的超值大礼。

又讯8月15日,“中信银行2010年天才少年高尔夫训练营”在青岛正式开营,40余名青少年收获了期盼已久的中信银行暑假大礼。

据悉,此次活动将持续三周,直至新学期开始前夕,学员经过培训之后,可以继续通过中信银行家庭高尔夫训练营、中信银行青少年高尔夫对抗赛以及中信银行业余高尔夫球巡回赛等进阶体系不断地学习和锻炼高尔夫技能。(张世豪)

初秋自驾游 保险如何买 险期不用长 险种勿重复



险期不用长 险种勿重复

据了解,自驾游的人身保险主要是意外身故、残疾保险和意外医疗保险。在选择保险前,要先查看一下自己以往购买的保险,有的商业保险项目较多,可能已包含了出行、旅游的相关保险。若已购买相关项目的保险,则无须重复购买。

自驾游一般属于短期旅游,因此可购买相应的短期旅游保险产品。人保财险郑州市分公司电子商务部经理郭溪阳建议,保险期最好等于或大于出行期。一般情况下,保险期是从一天的零时开始,只要确保在整个假期内都得到保障即可,多出的时间不用过长。

增加划痕险 留意保障范围

自驾游最大的特点是能与爱车一同穿梭游历,因此配备相关的保险保护好爱车自然必不可少。郭溪阳表示,车主在车辆日常使用时一般已配备了保险,自驾游也在车辆保险的范围。但考虑到自驾游

一般没有固定的停车场,车辆多停靠在野外或路边,容易遭到损坏,最好增加一个车身划痕险。

购买旅游车险时,最主要留意有无包含保障车上人和物品安全,有的车险已把车上人(包括司机和乘客)纳入保障范围,但属于车险部分,也就是说,人在车上发生意外时才能获得赔偿。而自驾游并非整个旅程都是在车上度过,因此额外的人身保险也应配备。许多保险公司有针对旅游设置的险种,如平安保险的国内旅行意外险,就包含意外身故及残疾、意外医疗、紧急救援、行李和证件损失等项目。

根据旅游风险定保额

保额方面,恒安标准人寿个险专家刘革建议,应根据自驾游活动中将参与的活动而定,如果只是踏青、赏花、野餐等风险较低的活动,投保金额可控制在较低水平;而如果有攀岩、探险、潜水等高风险的活动,则需要有所侧重地加大保额。值得注意的是,很多保险公司的人身意外保险

“金九”将至,近日几场雨让市民提前感受到了丝丝凉意,在空调房里躲了一个夏季的驴友一族对自驾游又蠢蠢欲动起来。自驾游在外,驾车人对路况的熟悉程度远低于日常驾车,事故发生率较高;而旅游途中路段拥挤,也可能增加车辆刮蹭的概率。此外,若是碰上恶劣天气,野外自驾游还有滑坡、雷击等风险。针对以上可能存在的风险,市民在出行前最好准备好相关的保险,让旅途无后顾之忧。

温馨提醒: 自驾游前先签合同 对于自驾游中可能产生的法律纠纷,专家表示,一般是在途中发生的交通事故纠纷、免费搭乘产生的纠纷、吃住玩产生的纠纷、路线纠纷、人为事故纠纷、意外事故纠纷、车辆等物品被盗纠纷等。对此,专家提醒市民,在自驾游前最好签署《自驾游旅行合同》,明确约定行程、游玩景点,以及所交费用都包括哪些费用,约定过路费、过路费、加油费,以及住宿场地、吃住等级、景点停车费由谁承担、保险险种费用谁承担、免费搭乘所产生责任谁承担等。

一周市场观察

A股盘中调整 结构性机会仍在

本报记者 王震

本周A股市场震荡反复,上证指数依然在2600-2700之间徘徊。关于后市,上投摩根分析人士认为,从本周看,盘口热点较为散乱,权重板块的滞后制约了盘面上涨的动能,题材股走势活跃,结构性机会仍然存在。大盘开始步入一个相对均衡的点位区间,大消费类股票依然值得关注。经济增速放缓以及内需下降的隐忧或会对盘面构成一定的压力,建议投资者密切关注后市大盘反弹的力度,切勿操之过急。

国家统计局于8月11日公布了7月份国民经济主要指标数据。居民消费价格同比上涨3.3%,涨幅比6月扩大0.4%;1-7月,居民消费价格同比上涨2.7%,比上半年扩大0.1%。社会消费品零售总额12253亿元,同比增长17.9%,比6月回落0.4%;1-7月,社

会消费品零售总额84922亿元,同比增长18.2%,与上半年增速持平。7月,规模以上工业增加值同比增长13.4%,环比回落0.3%;1-7月,规模以上工业增加值同比增长17%,比上半年回落0.6%。1-7月,城镇固定资产投资119866亿元,同比增长24.9%,比上半年回落0.6%。其中,国有及国有控股投资49490亿元,增长21%;房地产开发投资23865亿元,增长37.2%。7月,工业品出厂价格同比上涨4.8%,涨幅环比回落1.6%;1-7月,工业品出厂价格上涨5.8%,涨幅较上半年回落0.2%。总体来说,最被市场看重的居民消费价格(CPI)涨幅大致符合市场之前的预期,反映出目前通胀虽处于上行区间但失控的可能性不大。正如国家统计局新闻发言人所提,其中的2.2%是由翘尾因素所

造成的,另外1.1%是由新涨价因素引起的。

公开市场操作方面,近期央行发行了860亿元三年期央票,330亿元一年期央票,发行利率分别为2.65%和2.0929%,均与前期持平。同时央行进行了400亿元91天正回购操作,中标利率为1.57%,也与上期持平。全周净回笼资金670亿元。

债券市场方面,一级市场上,财政部招标发行三年期国债,计划发行量280亿元,有435.8亿元资金参与认购,最终票面利率2.30%,边际利率2.34%,基本与市场预期一致;二级市场上,从日前公布的宏观经济数据中,经济增长数据放缓程度略超过市场预期,而CPI符合预期,数据总体来看利好于债券,股市的下跌也使债市买盘有所增加,收益率小幅走低。

行业解读

险资投资无担保债券渠道放宽

本报记者 王震 张世豪

一直为业内关注的保险资金投资渠道和比例问题终于揭开最终谜底。8月5日,中国保监会在其官方网站正式发布《保险资金运用管理暂行办法》(下称《办法》),并规定该《办法》从2010年8月31日起施行。

在发布纲领性的《保险资金运用管理暂行办法》后,保监会进而发布《关于调整保险资金投资政策有关问题的通知》,这一新规出台后的首个细则,针对可投资资产风险收益的不同特征,进一步细分为流动性、固定收益、权益、另类这几大类,针对保险资金占比最大的固定收益类投资,要求所有保险企业根据自身负债情况予以合理配置。

在无担保债券投资方面,调整后的品种包括无担保企业债券、非金融企业债务融资工具和商业银行发行的无担保可转换公司债券。将投资中国境内发行的无担保企业(公司)类债券的信用等级,调整为具有国内信用评级机构评定的AA级或者相当于AA级以上的长期信用级别。

此前,保监会要求保险资金投资的无担保企业债券应当具有国内信用评级机构评定的AAA级或者相当于AAA级的长期信用级别。新规相当于放宽了对无担保债券的配置空间。

在企业债到期收益率处于上升区间、2010年保险资金将加大企业



债投资比例的市场预期下,无担保企业(公司)类债券,又迎来了春风:一方面提高了保险资金的投资比例,另一方面保险资金可投资的范围得到进一步拓宽。

有分析认为,无担保信用债投资的实质性拓宽将为保险公司提供更多具有较高收益率的投资标的。从收益率水平来看,由于无担保企业债发行人往往具有更好的资信,无担保债收益率总体低于同期限同级别的有担保债券,但仍明显高于同期限利率产品。随着无担保信用债投资比例的增加,保险资金债券投资总体收益率水平也可望有所提升。

根据此次保监会做出的调整,信用债的投资比例上限并未上调,依旧保持在40%的水平,仅仅是提高了其中无担保债的投资比例。依据新规,投资于无担保企业(公司)债券和非金融企业债务融资工具的账面余额,合计不高于保险公司上季末总资产的20%,而在此之前,2009年4月出台的《关于增加保险机构债

券投资品种的通知》,涉及的投资比例是15%。

业内普遍认为,在低利率环境下,此次保险资金运用“根本大法”的出台,放开了权益类投资、基建投资的比例,并新增了不动产投资、未上市企业股权投资渠道,这些措施的出台,将有助于保险机构优化资产配置,改变以往投资被动的局面,并逐步降低保险公司对于固定收益类投资的依赖性。

统计数据显示,截至今年6月末,保险资金用于银行存款、债券的固定收益类投资占比上升至82.3%,用于基金、股票、股权等权益类投资占比下降至15.1%,其他类投资占比为2.6%。基于资本市场的持续震荡和低迷态势,保险资金自去年以来逐步加大了固定收益类资产尤其是协议存款的投资比例,但固定收益类资产的总体回报率仍然相对偏低。

“一旦保险公司可以实现资产的多元化配置,那么在一定程度上可以弥补固定收益类产品收益率偏低年份所带来的供需缺口。”中金公司报告举例称,目前基础设施债权计划的投资比例上限被提高至10%,保险公司可以更加积极地参与基建项目的债权计划,其收益率会高于债券和协议存款利率,期限也更加符合保险公司的投资需求和负债久期。本版配图为资料图片

股市在线

沪市A股涨跌幅排行榜

Table with 4 columns: 涨幅前五, 股票简称, 最新价, 涨幅, 涨额. Rows include 天业股份, 贵研铂业, 重庆啤酒, 滨洲活塞, 中国高科.

Table with 4 columns: 跌幅前五, 股票简称, 新价, 跌幅, 跌额. Rows include *ST宝龙, 上海普天, 厦工股份, 航天长峰, 南京医药.

深市A股涨跌幅排行榜

Table with 4 columns: 涨幅前五, 股票简称, 最新价, 涨幅, 涨额. Rows include 紫光古汉, 东源电器, 靖远煤电, 珠江啤酒, 壹桥药业.

Table with 4 columns: 跌幅前五, 股票简称, 新价, 跌幅, 跌额. Rows include 永安药业, 双鹭药业, ST宇航, 巨星科技, 诚志股份.

数据截止日期为19日16:00。

齐礼闫信用社开展征信宣传活动

本报讯 近日,市郊齐礼闫信用社对辖区客户开展征信知识宣传活动,受到客户欢迎和好评。

目前,中国人民银行建成全国统一的企业和个人信用信息基础数据库,即通常所说的征信系统。各银行金融机构已将查询企业和个人征信系统作为审办信贷业务必不可少的环节。

为使社会公众更好地了解和认识征信业务和意识,引导人们关心自己的信用记录,树立诚实守信意识,市郊齐礼闫信用社在营业场所打出“珍爱信用记录提高信用意识”的宣传画,并通过在营业网点悬挂宣传册、设立咨询台等方式进行征信知识宣传,取得了预期效果。(宋伟玲)