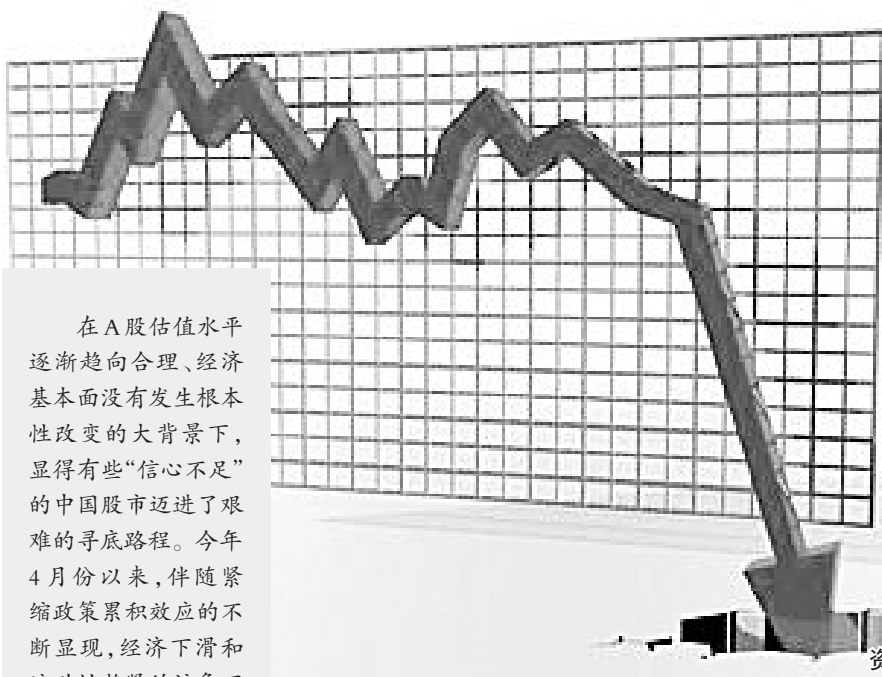


股市短期震荡格局 仍将持续



本报记者 王震

在A股估值水平逐渐趋向合理、经济基本面没有发生根本性改变的大背景下，显得有些“信心不足”的中国股市迈进了艰难的寻底路程。今年4月份以来，伴随紧缩政策累积效应的不断显现，经济下滑和流动性趋紧的迹象不断出现。

本周一沪指放量长阴，不仅击穿了2800点整数关口，也跌破了年线的重要支撑位，个股更是“哀鸿遍野”。人们不禁要问：2800点的失守，究竟是逐渐临近的市场底部，还是意味着新一轮的跌市开启？

B

依据何在

虽然本周上半周A股市场出现小幅反弹，但市场见底迷雾何时才能拨开，底部是否来临的依据何在？多位市场人士表示，从宏观经济和市场运行方式上看，A股反弹仍然需要政策的明朗与经济数据的有力支撑，但投资者的信心也成为近期市场反弹与否的重要因素。

高松鹤告诉记者，从影响市场的几个直接因素上看，基金发行等增量资金的变化、股指期货价格发现功能对现货市场的影响，以及“大小非”减持对市场的冲击都成为市场何时见底的依据。

民生证券有限公司团队客户经理张昭向记者透露，虽然近期发新基金相对比较困难，但监管部门短时间内如此密集地放行新基金，也是在担心市场持续走弱。“一般而言，当新基金发行进入萧条期之时，市场的恢复也就快要开始。”张昭说。

A

底在何方

空仓的机构资金何时才会有重新进入投资的冲动？这一波调整，A股的底部在哪里？

面对下跌，已经在5月17日就止损空仓的股民沈先生选择了继续观望。“现在去抢反弹很难，说不好反弹没抢到，反而亏损更大，所以我还是以空仓观察为主。”沈先生说，虽然每天守着盘面，但是他预计，这样的空仓要维持一到两个月才有可能迎来好的进场机会。

多数专家表示，A股会跌到哪里很难说清楚。渤海证券中原路分析师高松鹤告诉记者，大凡一个底部的形成，

往往要有一个“契机”，就像2005年的股改，2008年的4万亿刺激计划。这次要见底，也要有一个契机。高松鹤表示，此次下跌是因为政府调控楼市引起，楼市虽然成交量萎缩，但价格并没有见底。要见底非要把楼价下跌不可，楼价不跌，调控措施不会停下来。从目前走势难以断言，要等到房地产政策的调控压力迫使多空双方依旧需要进行能量的转化过程。他建议投资者，目前可以在控制好仓位的前提下，逢低关注未来政策扶持的新兴行业个股，并且严格设立好止损点。

C

理性对待

后期市场究竟会如何演绎呢？目前市场主要有两种声音：一是大盘要见底了；二是股市将会绝地反击，行情开始上扬。但记者在对数位分析师的采访中却发现，大部分分析师认为今年上半年的行情已提前结束，下半年市场操作难度将加大。

回补缺口成为市场各方认同的主要观点。短期看，突破2800点关口后，市场有震荡整固的需要。而且5月份以来，沪深股指已经出现了两个缺口，应注意回补缺口的风险。不少业内人士指出，从历史上看，筑底过程中，震荡博弈的走势在所难免。

中原证券分析师李伟军认为，股市在冲击整数关口时，出现调整的概率很大。问题在于，只要市场所处的基本面不变，上市公司的效益还能够得到提高，那么股市现在所展开的调整，不但幅度有限，而且有利于后市更为稳健地运行。所以，投资者对现在的调整也不必过于担心，重要的是如何采取理性的态度来对待调整。

投资指南

投资担保业

需谨慎



资料图片

你了解担保业吗？据统计，目前，郑州市不少民间资本看好担保业前景并大举投资，活跃的民间资本，给众多中小企业缓解了资金压力。但是，企业高额的融资成本势必带来不小的投资风险。

在郑州街头，随处可见各式各样的担保公司的招牌，出租车后车窗广告位和公交车车体上也有很多担保公司的广告。据统计，短短几年间，河南雨后春笋般地冒出1640家担保公司，总注册资本542亿元，有将近4万人在这行业谋生。

目前，银行不断收紧钱袋，而企业，尤其是中小企业贷款将更加困难。股市的不确定性，炒房路径堵塞，银行利率偏低，可供资本增值的投资品种并不多。拥有闲置资本的投资者需要寻求资本增值的出口。这些都给了担保公司发展的土壤。

据了解，现在郑州市担保市场的月息普遍达到1.5分，甚至是1.7分、1.8分，高的还有2.5分。事实上，2.5分的利息可能还不是最高的，在郑州担保界，就有担保公司让业务员在街头派发彩页，宣传其6分利息的“理财产品”。

根据《最高人民法院关于人民法院审理借贷案件的若干意见》第六条：“民间借贷的利率可以适当高于银行利率，各地人民法院可根据本地区实际情况具体掌握，但最高不得超过银行同类贷款利率的四倍（包含利率本数）。超出此限度的，超出部分的利息不予保护。然而，巨大的收益，还是让投资者趋之若鹜。

一位业内人士告诉记者，民间融资企业的资金回报率一般在15%~20%左右，企业的融资成本包括出资人的收益和担保公司要收取的费用，担保公司收取的手续费一般在2.5分左右，出资人收益1.5分，以100万元为例，企业用足一年的话，就要支付48万元的利息，其融资成本将达到48%。如此高昂的融资成本，事实上已经远高于企业的正常盈利水平，一旦企业出现经营问题，就要承担巨大的偿还风险。

一家担保公司负责人表示，现在很多担保公司做的都是与房地产有关的项目，因为房地产项目资金需求大，回报也高。据他估计，担保业涉足房地产的资金比高达60%以上。“房地产项目利润较高，但是风险也大，在目前国家的长期调控下，如果遇到行业系统性风险，担保公司的风险将急剧放大。”

张世豪

招行获人才发展最佳企业奖

本报讯 日前，招商银行以参评案例——“金鹰计划”助推人才发展——从300多家参评企业中脱颖而出，荣获“2010年度中国企业人才发展最佳企业”奖。

评选活动的宗旨是为了继续推动和鼓励企业对人才的培养，褒奖在人才培养方面积极探索、积累了丰富经验并取得特别成就的企业。该评选目前已连续举办七年，现已成为国内企业人才培养与发展的最高端案例评选活动。“中国人才发展最佳企业奖”已成为中国企业培训领域最具影响力的荣誉奖项。

“金鹰计划”于2008年着手研发设计，2009年首先在招商银行长沙分行和济南分行分别开展试点，培训效果得到各级领导和学员的一致好评。总结优化后，2010年，“金鹰计划”在招商银行全国10家分行同步推广，培养分行中基层管理干部400余名。2011年，培训覆盖面进一步扩大，招商银行11家分行同步实施“金鹰计划”项目。目前，受训总人数已突破1000人大关，成为招商银行覆盖面最广、影响力最大的人才培养项目之一。招行的“金鹰计划”还获得过多项殊荣，如：2010“哈佛商业评论”第四届管理行动奖“金奖，中国金融教育发展基金会“2010年金融教育优秀研究成果”一等奖等。（王震）

“豫如意”银联白金借记卡发行

本报讯 昨日，具有河南特色的“豫如意”银联白金借记卡正式发行，“豫如意”银联白金借记卡是河南银联携手省内14家城市商业银行联合发行的一款高端银行卡产品，是具独特东方韵味和河南特色的银行卡创新产品。

“豫如意”白金借记卡在普通借记卡的基础上，依托现有行业、商户等资源优势，为满足个性化和高端化的金融需求，为高端持卡客户量身定制了统一的、标准的贵宾尊享服务。专属尊贵权益包括：共享跨行贵宾权益、全球贵宾礼遇、境外体检服务、境外教育服务、白金特惠商圈、机场贵宾服务、在线精品导购、全国道路救援、商旅服务、票务预订、积分互换、保险保障服务、网球俱乐部、高尔夫俱乐部、红酒俱乐部、女性俱乐部等多种服务。

据悉，“豫如意”银联白金借记卡开创了金融服务新方式。其一，参与发卡的商业银行卡数量达到了14家，这在河南省尚属首次，突破了城市商业银行规模和辐射地域的限制，提升了城市商业银行服务能力。其二，探索了银行卡业务合作共赢的新模式。“豫如意”白金卡由河南银联牵头实施，各发卡银行开放行内资源，实现了资源共享，形成了分工明确、优势互补的运行机制，打造了联动有效的协同作战优势。其三，“豫如意”白金借记卡的发行具有经济效益和文化传承的双重意义。满足了高端持卡人强烈的个性化金融服务需求，其独特的“豫”文化概念，也可以有效地传播河南。（王震）

阳光保险举办第二届客户服务节

本报讯 近日，阳光保险第二届客户服务节举办。在长达3个月的客服节中，阳光保险会采取多种措施回馈客户、回馈社会。本届客户服务节，阳光产险升级多项服务，让客户感受尊崇。今年客服节，最引人注目的是“单车损事故在5000元以下无异议车损案件，均可享受免单证、一环节、报案24小时赔付”的车险服务承诺，其全面拉开了服务升级序幕。

阳光产险推出了“更快捷、更方便、更多样”的客户服务举措，让“车险服务承诺”再升级。此外，车险服务承诺中还提出了“非事故道路救援（电销客户专属）”服务举措，该举措今年年初已在阳光产险电销客户中进行试点。阳光产险还从如何使客户在购物、自主查询信息，甚至是如何享受更加贴心和专享的服务上着手，将“VIP贵宾服务、客户自主查询、购物优惠”写进了本届客服节车险服务承诺。

据悉，除了“车险服务承诺”外，阳光产险第二届客服节“六大主题活动”将各放异彩。在这“六大主题活动”中，特别值得一提的是“续保有礼”——价值客户大回馈活动。为感谢阳光客户对阳光产险的支持与信任，5月19日~8月19日，续保或转保的阳光产险上年度未出险客户，将有机会获赠续保大礼。阳光产险每日将在全国范围内抽取509名符合要求的客户，向其赠送50元手机充值卡。目前，阳光保险全国统一客服热线95510借助短信平台向客户发出活动邀请的工作已经启动。此外，在6月5日世界环境日这天，阳光产险总、分公司联动将举办“阳光在行动，低碳生活带回家”大型公益活动。（徐阳文）

保险案例

出险获赔 太平人寿退还客户续期保费

案例：陈某于2003年10月在太平人寿投保了保额为10万元的健康保险产品，并在投保时签订了银行自动转账协议，授权太平人寿在每年的保单缴费日自动从指定银行账号划转保险费。去年9月，陈某被确诊为“慢性肾功能不全、膜增生性肾小球肾炎”。病情确诊半年后，陈某经治疗出院，并向太平人寿提出了重大疾病保险金10万元的理赔申请。经调查核实，原毒病属于其投保险种中约定的保险责任范围，太平人寿很快做出赔付重大疾病保险金10万元及返还十余元红利的理赔决定。除此以外，太平人寿还将公司在陈某治疗期间通过自动转账划缴的3220元保费退还给了客户。

分析：为什么在支付理赔金的同时，太平人寿还退还了陈某最近所缴纳的一期保险费呢？据太平人寿理赔人员介绍，此次退还续期保费其实是太平人寿按照保险合同诚信经营的常规操作。在重大疾病保险合同中有一条明确规定：“被保险人经

医院确诊初次患上本合同内所界定的重大疾病中的任何一种重大疾病，经本公司查核属实确在本合同责任范围内，本公司给付等值于保险金额的重大疾病保险金，同时本公司对本合同应承担的一切责任宣告终止。”因陈某在确诊后近半年才向保险公司提出理赔申请，公司此前已根据自动转账协议扣缴了该客户下一期保险费。而按照合同约定，陈某保险合同

的保险责任在重大疾病确诊当日即已终止，陈某无需继续缴纳保费。因此，太平人寿依据规定主动退还了已扣缴的3220元续期保费。赵康平

商情播报

新玛特郑州总店三“惠”绿城

本报讯（记者 赵羲）近日，新玛特郑州总店再次在绿城掀起品牌深度营销浪潮，5月27日~6月6日，九牧王携手大商新玛特郑州总店举行的“裤领天下、星动全城”激情盛典将在总店广场火热展开。

当然，最诱人的当数5月28日上午10时，《美人计》男一号陈键锋将亲临活动现场这件事了。届时，将在总店外广场的裤文化巡展展馆内举行互动活动。

与此同时，5月27日~29日，新玛特郑州总店还安排了另外两场优惠促销与九牧王的同城“盛惠”相呼应。因此，届时将形成三“惠”动绿城的豪华场面。

一惠惠：“原价召回”，顾客持九牧王任何产品可换取同等价值的代金券（无论年份、无论购买地区、无论破损程度，一律按四舍五入原价召回），换购正价产品满200元可换取100元的代金券，不足部份现金补足。此外，还有“新品巡展礼”和“特惠巡展礼”。

二惠惠：哥弟、阿玛施形象升级，华丽绽放之会员回馈酒会：活动期间，哥弟、阿玛施全场9折。

三惠惠：总店周末促销，夏装全面折扣低至5折；200个重磅品牌，一次消费，五重回馈等。

全国酒文化形象大使选拔赛鸣锣开道 “宋河粮液杯”中部选区力拔头筹

本报讯 5月24日，记者从中国酒类流通协会了解到，首届全国酒文化形象大使评选活动，将作为27日~29日在郑州举办的中部糖酒会的重头戏，拉开帷幕。“宋河粮液杯”中部选区将率先在全国开启这一赛事。

中国流通协会营销委员会副秘书长吴勇介绍，酒文化形象大使选拔赛由中国酒类流通协会主办，27日将在郑州国际会展中心启动“宋河粮液杯”中部赛区选拔赛，此次“宋河粮液杯”中部选区得以启动，正式拉开了全国酒文化大使选拔赛的序幕。

宋河酒业品牌部负责人介绍，作为河南唯一浓香型中国名酒，宋河粮液所以参与酒文化大使的选拔，其目的在于让白酒灵动起来，让白酒时尚化起来，以吸引更多的年轻人关注白酒行业，关注宋河品牌。

据了解，“宋河粮液杯”中部选区的选拔赛将持续近半年时间，中间将安排多场选拔活动，最终确定冠军季军，获奖选手将成为宋河粮液的酒文化形象大使，宣传宋河美酒文化。

“宋河粮液杯”中部选区郑州站，将与中部糖酒会一样，持续三天，27日上午和28日下午将举行初赛，届时将有50多位模特现场比赛，29日上午，晋级模特将进行一场汇报秀演出。（屈媛媛）



名酒江湖

杜康：行色匆匆

进入3月份以后，杜康酒业开始启幕一场又一场的活动，商务代表团、媒体代表团不断受邀奔赴洛阳，赏国色牡丹，品杜康佳酿。到了5月18日，前期的一系列铺垫，积聚为一种前所未有的能量，在黄河南岸昂然喷发——来自全国的经销商代表及业界专家逾1800人，拜谒酒祖杜康，感悟王者之气。

这是一次营销界的盛会，也是一次包括政府官员、消费者、业界人士等在内部关注的会议。许多人都知道之前伊川杜康与汝阳杜康品牌之争的故事，但是这些故事到了2009已成为历史，两个杜康的融合，给予杜康品牌重塑的绝佳机遇。

“在未来的三年内，打造一个新杜康，做豫酒中的第一品牌。”洛阳杜康控股有限公司副总经理吴书青踌躇满志。

2010年，洛阳伊川杜康、汝阳杜康实现全面大融合，整合成立洛阳杜康控股有限公司，全新体制的杜康控股爆发出前所未有的生机和活力。从整个营销团队的合并，到生产管理的系统化，再到系列产品的规划统一，新杜康用了不到半年时间。

眼下，杜康品牌的重塑已经成为全体杜康人不懈的追求。吴书青认为，消费者对于白酒的理解已经逐步上升到文化消费与价值共享的高度，杜康自身具备不可复制的稀缺资源、高雅品质以及文化特色，这为重铸“酒祖杜康”的金字招牌奠定了厚重的基础。倾力倾心为之，这个古老的牌必然能焕发出新的活力。

通过广泛调研而发布的营销规划，取得了与经销商共振的效应，这个规划显示为：2011年深耕河南境内，以洛阳和郑州为重点市场，取得突破，在原有基础的外埠市场提高客户的数量和质量；2011年~2012年将全省铺开，以洛阳和郑州为依托，发展整个河南市场；2013年进军全国市场，有机会、有选择地开发一些重点市场。力争每年翻一番，三年翻三番，通过十年的发展规划，进入中国酒阵营的第一梯队。

从今年春季全国（成都）糖酒会到本次杜康峰会，杜康控股已经着意将旗下“酒祖杜康”系列产品作为2011年核心产品捧给世人。在白酒界，该款酒水率先提出了“分区窖藏”的概念。

至于何为“分区窖藏”，吴书青解释说，发酵和储存是白酒酿造工艺中最核心的环节，酒祖杜康对白酒酿造两大核心环节率先引入精细化管理标准——“分区发酵”和“分区窖藏”。而不同窖龄的窖池中有有益微生物含量的差异性，使得这款产品百花竞艳，芳菲迭送。

也是在5月18日，杜康酒业的广告开始在央视新闻时段黄金档位播出，杜康攻城略地之雄心更由此展现。（王见宾）