

信托理财

# 房地产信托持续增多

## 固定收益中长期产品收益率倒挂

2013年2月,44家信托公司共成立182只固定收益信托产品,其中,房地产类信托产品数量占比超过三成,单只产品平均规模达2.65亿元,远远超过行业平均水平。2月发行的固定收益信托收益率为5.5%到11%不等,一年至两年期产品平均收益率为9.13%,两年至三年期产品平均收益率为9.05%,中长期产品收益率呈现倒挂。

2月信托产品投向数量最大的行业为房地产,产品数量均为55只,占比30.22%。其次是基础设施、工商企业、金融,占比分别为24.73%、21.98%、6.59%,其他投向的有30只,占比16.48%。房地产信托近两月开始增多,前几月该类别占比10%出头,今年1月达20.93%,刚过去的2月达到30.22%。

值得一提的是,除了数量上的激增,房地产信托的平均规模也远远超过其他类别的规模。2月房地产信托的平均规模为2.65亿元,而行业平均仅有1.7亿元。房地产信托的募集总规模为90.01亿元,在整个行业的占比超过四成。与房地产信托相反的是,基础设施类信托数量占比为24.73%,呈现出持续走低的态势。



CFP图片

2月发行的固定收益信托存续期为0.5年至6年,收益率从5.5%到11%不等,最高收益率相比以往有所下降。从各存续期产品近一年的平均收益率来看,一

年期(及以下)产品的预期年化收益率为8.13%,较1月上升0.2个百分点,主要是由于存续期在半年内的短期产品发行量减少,从而平均收益升高;一年(不含)至两

年期产品平均收益率为9.13%,较1月上涨0.18个百分点;两年(不含)至三年期产品平均收益率为9.05%,较1月下降0.18个百分点。两年期产品和三年期产品的收益

文摘

## PM2.5的健康影响需要“开门”评估

刘国强

中国疾控中心主任王宇透露,中国疾控中心计划投入约五六千万元,用3年时间在全国PM2.5污染最严重的10个城市开展健康评价研究。

虽然此项研究的必要性受到了很多的质疑,但还是愿意谨慎的支持态度。关于PM2.5污染,我们可以有很多直观的看法,比如关于其成因,可以归于高能源企业的排污、汽车尾气排放甚至鞭炮的燃放等等,而其对健康的具体影响,公众也不甚了解,更多地只是从监测指标的超标而产生担心情绪。但要对此进行有效的治理,这些直观感受都不管用,而是需要建立在严谨的科学研究基础上。

现代公共行政实践表明,公共决策越来越依赖于“技术”、“专业性知识”等理性化要素。如果真如王主任所言,对PM2.5究竟对人的健康有什么影响,不同暴露时间、不同浓度对人体的影响有何不同等问题,还从来没有科学的数据支撑,那么,疾控中心作为健康预警的负责部门,运用财政拨付的经费,组织有经验的专家进行研究,无疑对治理PM2.5污染具有积极作用。我认为这是公共事务专业化治理必需的环节,如果相关行政部门都能以专业研究为依据进行决策,就可以避免类似闹黄灯和分等拍脑门的行政决策,从而大大提高决策的科学性。

之所以态度“谨慎”,缘于两个方面的考量:其一,从研究的必要性上说,网友的质疑不无道理。本来,对课题的申报和研究内容的评估,应该由专业人士在严格的审查程序下完成,一般公众无法对此作出判断。但在涉及公共事务的决策上,一些官僚精英和知识精英借“专业化治理”之名,结成利益同盟,形成“知识-权力”垄断的决策体制,专家成为给不良决策背书的“砖家”,其专业能力和价值立场都遭遇了信任危机。

其二,专业研究能否成为公共决策的依据,真正起到作用,仍然存在疑问。环境污染往往缘于地方政府片面追求经济效益的政绩观。有学者指出,在地方政府激烈的横向竞争以及跨行政区域环境管理机制尚未完善的情况下,地方政府作为“经济人”往往表现出把本行政区的环境成本外部化的机会主义倾向,面对环境保护的要求,地方政府间容易处于囚徒困境。

但不管怎样,我还是希望在涉及环境保护等关系和公众切身利益的公共事务上,“专业化治理”能够成为决策的依据。(摘自3月5日《广州日报》)

风向标

女性理财：

# 莫贪小便宜 日常要记账

本报记者 高改芳 上海报道

上海的吴小姐看着堆积在墙角的“三八妇女节”大促销时从商场抱回的一大堆东西犯了愁:打两折买来的羽绒服要放整整一年才用得上,而家里的衣橱已经“衣满为患”了;当时图便宜买来的家居收纳盒除了占地方基本派不上用场……

理财专家指出,贪图小便宜是不少女性常犯的毛病,也是最容易被商家利用的弱点。在日常理财中,注重购物的品质和实用性,不要买一年以后才用得上的商品等都是基本原则,不要中了商家的“打折圈套”。最好养成记账的习惯,多为将来打算。

促销大战赚“她”的钱

上海的吴小姐每逢节假日就和几个要好的姐妹混迹于各大商场。她办了三张信用卡,属于月光族,只有到每个月还信用卡的日子才是她最节俭的时候。

而“三八”妇女节期间,各大城市的商场都打响了春节过后的第一场促销大战。这让吴小姐和伙伴们过足了购物瘾,但花销也比平时多了几千块。

以上海为例,“老对头”新世界城和第一百货都推出了3.8折起的超低价促销。汇金百货则推出原本在年底才会推出的“延时营销”措施。总爱别出心裁的巴黎春天更是大尺度的推出猛男陪逛的新举措,噱头十足。

新世界城宣布,“三八”节期间将推出“1-8楼300元换800点,最低3.8折”的促销活动。此外,还推出了多个“女性专场”的促销活动,如节日当天38元看蜡像、38元赏大片等。第一百货也不甘示弱,将于3月7日-10日期间首度推出“全场3.8折起”的整体营销活动,以迎战新世界城的促销活动。



新华社图片

个别商场将原本在年底才会推出的“延时营销”提前到了此次“三八”促销战中。汇金百货表示,在妇女节当日,汇金百货徐汇店、虹桥店会将当天的营业时间延长到23点,同时活动力度也将升级。巴黎春天方面则宣布,将在“三八”当天安排2小时女士专场,届时将有男型男陪伴并赠送鲜花,还能一起分享蛋糕和合影留念。与往年两三天的促销档期相比,今年的“三八”节,广州多数百货商场和上海差不多,促销时间都延长了10天,而且一些女士商品促销力度更大,直逼2.5折,还增加了达人顾问、男型男导购、春装和内衣走秀等女性专属的增值体验服务。

不要中了打折的圈套

多年的购物经验让吴小姐对商场的促销手段还是有所了解的。

比如,服饰类商品的定价最随意,利润率高,打折的幅度也最大,但往往也是最不划算的。因为即便是相同品牌的衣服,在不同的商场售价也会有很大差异。在促销的时候,商家往往先把服饰的标价作高,然后再打折。所以很多在节日促销时买的衣服很可能不如平时打折时来得便宜。而且有些商家还会把过时、过季的衣服拿来在“搞活动”的时

候一并处理掉。相比较之下,家电等的价格更透明,但促销力度就小得多。

除了这些,吴小姐的不少购物拍档都转战网购了。商业专家表示,在网购的冲击下,传统百货业面临的环境并不好,让消费者花一天时间在商场里淘钱购物比以往更难。以服装为例,中华全国商业信息中心最新统计数据显,2012年全国百家重点大型零售企业服装销量同比增长2%,增速较上年同期放缓2.9个百分点,创近十年最低增速。

但吴小姐仍坚持以逛实体店为主。

“网上促销的水分也很大。促销活动时看中的商品往往遭秒杀;买的东西可能不贵,但快递费并不便宜。尤其退货的时候快递费都是买家出;照片是天使实物是魔鬼的情况经常发生……”吴小姐总结了网络促销的几大陷阱。

即便知道是商家的把戏,吴小姐还是抱着侥幸,想在“三八”节促销时买到性价比比平时高的商品。结果是,周五“三八”节下午放假,吴小姐和姐妹们完全泡在了商场里,刷爆信用卡,买了前文所说的一大堆暂时用不到的东西。

养成记账好习惯

虽然是购物达人,生活满

率呈现出倒挂,说明融资方预期长期市场利率会走低。

存续期为一年期(及以下)的产品有40只,较上月减少6只。其中,存续期小于一年的产品仅有1只,自去年11月达到43只的高点后持续减少。一年期产品的平均收益率为8.13%,较上月降低0.12个百分点。收益率最低的是中投信托汇益五号,预期年收益6.5%;收益率最高的是五矿信托·大连银行股权收益权投资,预期收益率10.5%。

存续期大于1年,不超过2年的中期产品共有116只,较上月减少13只,预期收益率最高的为11%,最低的为率7.3%。收益率最低的是昆仑信托·中国信达固定收益,存续期为1.5年,预期收益为7.3%;收益率最高的是百瑞信托·宝盈217号,存续期为2年,预期收益率为11%。

存续期大于2年,不超过3年的产品有19只,较上月减少15只。收益率最低的为8%,是长安信托·绵山风景区股权收益权,存续期2.5年。收益率最高的为11%,是华宸信托·金诚(1301)号,存续期26个月。

(好买基金研究中心)

茶座

## 制度过细过犹不及

杨思卓

不管是大企业,还是小企业,都需要制度,没有规矩不成方圆。但是,很多企业在刚起步时,是没有制度,以至于什么都不好办,管理乱,企业更乱。所以,等这些企业发展到一定规模后,都会制定制度。但是不是有了制度就可以管好企业了呢?未必。

有一个企业,制定了一本《制度行动指南》,规定非常详细,大约有20多万字,几乎涵盖了所有员工的每一项活动,大到工作流程,小到衣食住行,应有尽有。比方说发薪制度,每一张发票报销的时候,都要注明时间、地点、去哪里、谁、报销原因等等。原以为好办事了,可最终的结果是员工们在逃避制度,甚至是害怕制度。为什么?因为制度规定的太细了。

最近有一则新闻报道,一个记者到一个企业卧底,发现那里的员工连上厕所都要请示领导,还要登记,批准后才能去,还有时间限制。结果怎么样呢?员工的精神崩溃了,接二连三的出現员工轻生事件。如果连上个厕所都要限制,那这制度就有问题了,起码不是一个好的制度。

企业应该建立什么样的制度?我的答案是:制度不能包打天下,有些细节,要交给不成文制度来管,交给文化来管,交给科技来管。

企业文化运营要依靠制度,但我们又不能把所有事情都用制度来框定,更不能事无大小规定得太细。制度太细,就可能给员工造成比较大的思想压力,让他们无所适从,这样一来,再好的员工也会被管得碌碌无为。与此同时,制度太细管

理成本太高。制度管理和其他的管理一样,也是要讲效益的,如果超出了限度,太多太细,那管理起来不但烦琐累赘,而且成本也高,还低效无用。

有人说,没有制度不行,制度太细也不行,到底如何是好?制定好制度要把握好两个方面,一是严格管理,也就是说,制定制度时要严谨执行制度时要严格。但严不等于细制度不细不代表不严谨、不严格是合理合适,也就是说制度要偏重大的方向性的问题,要符合市场竞争的规律,企业运营的实际情

同时,制度也要遵循天理人性,换句话说就是企业的管理制度应充满人情味。不能给员工压力,不能让员工有不理解或者遥不可及的感觉。应该让他们感到制度的必要性和可实现性,从心里切实接受这个管理制度。制度过细,过犹不及,会增加员工的反感。由遵守者变成挑畔者。

当然,制度是硬性的,也是可以执行的,但是在实际的管理中,也有一些问题是不可执行的,是无法用制度来规定的,这个时候怎么办?由人来控制,用文化来指引,用文化的感召力来解决制度的死角。

现代科技越来越发达,除了文化之外,有条件的企业还可以利用科技手段,解决制度过于烦琐的问题,一位食品厂老板告诉我,他们对卫生控制相当严格,原来规定员工上厕所必须洗手,否则罚款,但执行起来难度太大,你总不能随时派个人盯着他们吧。所以经常教育,但也不全靠罚,现在他们装了自动监控系统。你不洗手,厕所大门就打不开,你想不洗手?门都没有。

时尚宝盒

## 蒂芙尼与好莱坞明星

奥黛丽·赫本一身经典的黑色晚装,来到纽约第五大道的蒂芙尼店橱窗前,一边吃着早餐,一边以艳羨的目光望着蒂芙尼店中的一切……1961年由好莱坞著名影星奥黛丽·赫本主演的Breakfast at Tiffany's(蒂芙尼的早餐)风靡全球,奥黛丽·赫本天使般的容貌与纯真优雅的造型成为当时所有爱美女士的榜样。蒂芙尼借助奥黛丽·赫本的形象成功地抓住了每个女人的心。在蒂芙尼引导的那个年代里,珠宝之于女人就是一种精致、纯粹的生活理想。在每一个女人心中,蒂芙尼永远是爱与美、罗曼蒂克与梦想的象征。

1837年,查尔斯·蒂芙尼和约翰·B·杨在纽约市开了一家卖古董、文具和陶器的小杂货店,名为“蒂芙尼和杨”Tiffany & Young),第一天的营业额仅有5美元。12年后,它变成了以销售钟表、银制品和首饰为主的店铺。1851年与世界银器制造大师的合作,使蒂芙尼成为世界有名的银器制造商之一。1867年,在巴黎世界万国博览会上,蒂芙尼初次崭露头角便荣获银器制品优秀奖。

紧接着,它由第二代接班人Louis·Comfort·Tiffany(路易斯·康福特·蒂芙尼,查尔斯·蒂芙尼的儿子)领军积极参与世界盛会,并夺得多项金牌。1979年John·Loring(约翰·洛林)成为蒂芙尼第三代设计总监,他网罗众多知名设计师,成功带领蒂芙尼成为世界知名珠宝品牌。

1848年,当时的法国国王路易·菲利普被迫退位,蒂芙尼从逃亡的皇室贵族手中购得多件珍贵

宝石,成为第一批在美国面世的顶级名钻。

1861年,林肯总统在蒂芙尼的店里花了530美元为太太玛丽选购了一套珍珠首饰,好让她在总统连任的宣誓就职大典上佩戴,林肯开了先例后,其他美国总统和外国元首争相效仿。100年后,另一位美国总统艾森豪威尔也走进蒂芙尼,想为爱妻女士的榜样。蒂芙尼借此机会,将当时的老板Walter Hoving,可否给美国总统打点折扣Walter Hoving回答说:“对不起,当初林肯来的时候,也没有打任何折扣的。”艾森豪威尔心悅诚服地付了全价。

1877年,蒂芙尼购入了一颗重287克拉的钻石,为使它显示出最美丽的光彩,采用了90切面面的工艺做成的造型,成为蒂芙尼的传世之宝。那时正时兴用钻石做订婚戒指,可是当时的镶嵌技术却没法将钻石的魅力充分体现出来。

1886年,蒂芙尼公司发明了用六爪来镶嵌钻石的“蒂芙尼制作法”。它的六爪铂金设计将钻石镶在戒环上,最大限度地衬托出了钻石,使其光芒得以全方位折射。“六爪镶嵌法”面世后,立刻成为订婚钻戒镶嵌的国际标准。

到19世纪末,蒂芙尼的实力已经与欧洲珠宝商不相上下,它的顾客中就有欧洲王室和富豪,创始人查尔斯·蒂芙尼则被美国媒体称为“钻石之王”。1960年好莱坞著名女星奥黛丽·赫本出演Breakfast at Tiffany's(蒂芙尼的早餐),以爱与美、罗曼和梦想为主题,从此风靡全球。(一休)

征稿

俗话说“人不理财,财不理我”。如果你在理财方面有什么独门秘笈或奇思妙想,无论买金炒汇、收藏投资、银行理财、邮币卡,只要是钱生钱的故事,我们一概欢迎。

本版邮箱:liaow66@gmail.com

### 光大永明投资连结保险 投资单位价格公告

本次评估日期:2013年2月28日至2013年3月6日

投资账户名称	2月28日	3月1日	3月4日	3月5日	3月6日					
	买入价	卖出价	买入价	卖出价	买入价	卖出价	买入价	卖出价	买入价	卖出价
稳健型投资账户	1.7480	1.7137	1.7509	1.7165	1.7476	1.7133	1.7513	1.7169	1.7540	1.7196
平衡型投资账户	1.8587	1.8223	1.8668	1.8302	1.8445	1.8083	1.8683	1.8317	1.8834	1.8465
进取型投资账户	2.7980	2.7432	2.7958	2.7409	2.6646	2.6123	2.7270	2.6735	2.7611	2.7070
指数型投资账户	0.9332	0.9149	0.9314	0.9132	0.8920	0.8745	0.9166	0.8986	0.9251	0.9070
货币市场投资账户	1.1629	1.1401	1.1630	1.1402	1.1634	1.1406	1.1637	1.1409	1.1639	1.1410

光大永明人寿保险有限公司  
Sun Life Everbright Life Insurance Co., Ltd.

全国统一咨询热线:95105698  
www.sunlife-everbright.com

光大永明人壽  
Sui Fong Yee Fong Tai

股票简称:罗顿发展 证券代码:600209 编号:临2013-005号

## 罗顿发展股份有限公司关于股票交易异常波动的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

一、股票交易异常波动的具体情况

因本公司股票价格于2013年3月6日、7日和8日连续三个交易日内收盘价格涨幅偏离值累计达到20%,根据《上海证券交易所股票上市规则》等规定,属于股票交易异常波动。

二、公司关注并核实的相关情况

经书面函证公司控股股东及实际控制人,确认:截止日前及未来三个月内,除海南罗衡机电工程设备安装有限公司不排除有继续增持本公司股票的可能外,没有获悉本公司根据《上海证券交易所股票上市规则》等有关规定应予以披露而未披露的重大信息,包括但不限于公司非公开发行、业务重组、资产剥离或资产注入等重大事项或与该事项有关的策划、商谈、意向、协议等信息。

四、风险提示

本公司指定的信息披露媒体为《上海证券报》和《中国证券报》以及上海证券交易所网站(www.sse.com.cn),敬请广大投资者注意投资风险。特此公告。

罗顿发展股份有限公司 董 事 会  
2013年3月8日