

金银多头 迎来“可乘之机”

□证贵金属高级研究员 严京

本周美国数据表现大多不给力,这给了黄金多头可乘之机,由于此前“小非农”数据(ADP)表现不佳,市场纷纷对周五的非农数据有所担心,这或许将进一步拉升金价。

美国劳工部周四公布报告称,美国5月31日当周初请失业金人数升至312万,高于市场预期,且仍保持在接近于经济衰退周期结束以来的低点附近,不佳的美国就业市场数据,继续给金市带来提振,进而支撑金价延续反弹。从历史数据中可以看到,在趋势上,ADP数据与非农数据基本保持一致,只是在个别的月份中有所区别。非农数据即将揭开面纱,是走到阶段高点,还是继续高位运行,对黄金走势会起到关键作用,投资者需要重点关注。而有一点我们可以预期,本次的非农数据可能不会高于上月数据,但仍能保持相对高位。

欧洲央行(ECB)本周四决定降息,德拉吉同时宣布了一系列旨在促进银行放贷的其他措施,并强调不排除在必要时使用非常规工具——包括量化宽松(OE)。欧洲央行将三大利率调降至纪录低位,以避免欧元区出现日本式通缩的风险,并拉低欧元汇率。欧洲央行首次对银行在央行的隔夜存款收取0.1%的费用,试图迫使银行向中小企业放贷。上述旨在推高通胀率的宽松新政令黄金资产的对冲价格重新得到凸显,无论采取何种宽松措施,这都将导致欧元区的流动性过剩,这些资金可能涌入黄金市场,对金价构成利好。

日前,七国集团(G7)峰会在布鲁塞尔召开,俄罗斯17年来首度缺席。G7威胁称,倘若俄罗斯不协助恢复乌克兰东部的稳定,则将对俄罗斯施加更严厉的制裁。G7领导人在会议后将发布单独的公报,公报将强调有必要优先考虑能源供应安全问题。投资者可对其动态进行关注,其中各国外交的储金政策可视为重中之重。

随着本周美国非农数据的到来,在近期公布的强劲的美国经济数据面前,金价或走出大区间波动;从历史行情统计来看,6月是过去5年及10年平均下跌主要月份,预计6月黄金行情在宽幅震荡后选择走低的概率较大。美股结束了近日来气势如虹的涨势,美国三大股指虽然只是呈现微跌,但有着“恐惧指数”之称的CBOE波动性指数却上涨了2.5%,反映了市场避险情绪的抬头。若美国非农数据走弱,那么黄金多头有可能展开绝地反击。

白银下方密集区间为去年至今年周线中较为强大的支撑平台,银价能否在这里企稳有待观察,若做出底部形态可以多单进场,否则在小区间内进行短线操作。提醒投资者不要盲目抄底和追空,如何在市场中出奇制胜,这才是我们要思考的问题。盘面上,白银价格已经反弹,一举突破了几道主要阻力位,寻求新的高点。

去看世界杯 支付学问多

□李宝富

世界杯将于6月12日在巴西开幕,无论你是巴西的“桑巴足球”爱好者,还是“日耳曼战车”的支持者,世界杯都是四年一度的狂欢盛宴。足球本无国界,不过因为巴西和中国分处地球两大洲,时差将近11个小时,所以在国内收看世界杯都要在深夜,相信不少球迷朋友都会考虑到巴西现场领略足球的魅力。

银率网分析师提醒,到巴西去看世界杯,除了要准备护照、签证等手续,提前换汇也是很必要的。有过出境游经验的朋友都会知道,虽然在国外可以刷信用卡消费,也可以通过有银联标识的ATM机直接取款,不过为了避免不能刷卡又找不到银联ATM的尴尬,多少还是要在国内先换少量的外汇。

在巴西既可以使用美元,也可以使用巴西本地的货币巴西里亚尔。所以在兑换货币时有两种选择,那么到底兑换哪种货币更好呢?由于旅客往往不能预测自己在旅途中将要花费多少钱,因此通常都会多换一些外汇打出富余,在允许兑换多种货币时,就要考虑兑哪一种最划算。

巴西在1994年7月1日采用新货币——里亚尔。当时的汇率为1里亚尔兑换1美元,最高曾经到过0.83里亚尔兑换1美元,但随后最高贬值到3.5里亚尔兑换1美元。目前里亚尔的汇率为:1美元兑换2.2262里亚尔。可见巴西里亚尔并不是一种汇率稳定、可以保值的货币,而且从近期巴西里亚尔兑美元汇率的走势来看,即使短期汇率方面里亚尔的波动也是比较频繁的,因此对于中国人来讲,持有巴西里亚尔还是具有不小的风险的。

如果想到巴西去看世界杯,最好还是兑换美元。另外,在境外使用信用卡要注意避免被盗刷。如果持卡人使用的是凭签名的消费方式,而发卡银行提供失卡保障,那么在信用卡发生盗刷后,在持卡人挂失前的一段时间内发生的盗刷损失由银行赔付。但是大部分银行的失卡保障对于境外刷卡消费发生的盗刷是不赔付的。

■投资潮流

电信运营商杀入 “宝宝”理财产品竞争白热化

□本报记者 陈莹莹

余额宝、理财通等互联网“宝宝”理财产品的投资者“争夺战”还在继续,新的竞争者已开始迫不及待地加入战局。近日,中国电信、中国联通等电信运营商力推类“宝宝”理财产品,试图吸引投资者的眼球,使得本就趋于“白热化”的互联网理财产品竞争进一步升级。

分析人士指出,电信运营商推出类“宝宝”理财产品,无疑为消费者提供了一条新的理财渠道,但就目前来看,还不足以撼动互联网“宝宝”的地位。

存话费可理财

中国证券报记者了解到,中国电信和中国联通此前开始与基金公司合作,推出各种“预存话费、零元购机”活动。随后,各大运营商正式推出类“宝宝”理财产品。中国电信推出的“添益宝”是中国电信翼支付联合中国民生银行推出的类“宝宝”理财产品,用户开通后,其账户余额即可自动理财。

深圳联通紧随其后,联合安信基金推出一款名为“话费宝”的货币基金理财产品。据了解,“话费宝”这款

产品在业内第一次实现了合约客户套餐资金的基金投资,客户将合约计划涉及的全部费用投资于对接基金,基金对相应基金份额予以冻结,并由被冻结基金份额帮助客户支付套餐费用。例如,客户只需要冻结7799元的货币基金份额,即可免费获得一台市场价格为4800元的iPhone6s,同时享受24个月价值9264元的通话与流量套餐,合约期间还可以享受到话费投资于货币基金产生的收益。

据悉,广东联通也联合百度推出跨界互联网金融理财产品,一款名为“沃百富”的货币基金理财产品。而“沃百富”带有鲜明的电信运营商特色,比如“沃百富”会与用户手机账户打通,用户参与预存话费、购买定制机等活动交纳的资金,都可用于投资该产品,带来理财收益。另外,中国移动新闻发言人称,中移动会推类似的余额增额理财服务,目前已进行了测试和营销推广上的筹备。

基金人士指出,运营商推出的类“宝宝”产品与余额宝、理财通的实质一样,都属于货币基金理财产品,主要优势就是充分利用用户的手机话费实现增值。而电信运营商纷纷大力推出类“宝

宝”理财产品,最终目的还是通过此类产品不断提升客户体验感,从而提高市场份额。“实际上,电信运营商之前也做购买话费送手机等活动,但现在是用于投资货币基金产品,基金会产生收益,电信运营商希望能借此留住更多客户。”

收益率优势不明显

对于运营商而言,与基金公司联合推出类“宝宝”产品,除了博得市场关注,其用意还在于为竞争激烈的4G时代提前预热。而对于投资者来说,最为关心的除了理财产品的安全性,就是其预期收益率了。

中国证券报记者走访一家电信营业厅时,工作人员热情地推销新产品,“这款‘添益宝’是一款货币基金理财产品,年化收益率可达5%至7%。除了能够获得收益外,用户可以用其抵消通信费用,免费获赠流量。”而消费者面对愈发繁杂的理财市场,都有着自己的小算盘。白领张潇潇算了算觉得不太划算,“未来通信费一定会像香港一样,越来越便宜,而年化收益率可达5%至7%的区间太大了,到时候不一定能实现。如果只有5%的收益率就没多大意思了。”

张潇潇告诉记者,目前自己身边

的亲朋好友极少有人购买电信运营商的“宝宝”产品,“不过我还是会关注,毕竟多个渠道就多个选择。”

而正在电信营业厅办理业务的孙女士打算办理49元的月租套餐,如果“添益宝”7日化收益率达到5%,那么意味着她在“添益宝”存入11760元所获得的收益,即可抵消一年套餐消费。“这样算起来还是很划算的,毕竟现在余额宝、理财通的收益率都在4.5%左右,而且还在走低。”

业内人士认为,从目前来看,电信运营商加入“宝宝”大军更多还是试水阶段,他们推出的类“宝宝”产品在年化收益率方面不会有太大优势,尤其是随着互联网理财市场监管体系不断完善,类“宝宝”的预期收益仍会下跌。艾媒咨询CEO张毅认为,运营商布局互联网金融业务是大势所趋。而且在移动互联网日新月异的背景下,运营商的短信和语音业务都受到冲击或是锐减,尤其电信业务资费实行市场化调节价后,竞争将更加激烈。所以,运营商需要布局新的增值业务。

暂难撼动“BAT”地位

收益率不突出,就难以吸引消费

者。多位业内人士表示,尽管电信运营商推出类“宝宝”产品看似相当火热,但是在一段时间内,根本不足以撼动“BAT”(百度、阿里、腾讯)地位。易观国际互联网金融分析师张萌表示,对于电信运营商而言,现在主要还在战略层面的布局,比如培养市场、用户等,还谈不到利润层面,估计市场培育周期需要好几年。

此前有媒体报道称,种种不便的用户体验令基金公司销量陡增的愿望落空。据了解,今年3月银华基金与中国电信北京分公司推出买货币基金零元换手机活动,但银华基金内部人士表示,从运行情况来看效果不佳,基金销量没有显著增长。

值得注意的是,从5月起,以余额宝为首的互联网“宝宝”理财产品的7日年化收益率先后破5%,而目前大部分理财产品的预期收益率都呈现下滑态势。不过,分析人士认为,6月仍然是资金面传统敏感期,虽然“钱荒”已不大可能发生,但时点性紧张或在所难免,月末部分银行出现高收益产品的概率较大。投资者可将资金先投资一些收益率较高的开放式银行理财产品,在月末选择赎回后再转投中长期高收益产品。

■银行理财

6月末中短期理财收益率或走高

□本报记者 殷鹏

业内普遍认为,央行定向降准加码后,资金面有望继续保持宽松。而银行理财产品综合收益指数显示,当前银行理财产品收益率水平仍在5%以上,应该说还处于较高水平。因此,未来银行理财产品可能会继续下行,投资者宜选择中长期产品锁定收益。

统计显示,从投资门槛来看,高收益理财产品的门槛有所提高,5万元起购的高收益产品占比下降,10万元至50万元起购的高收益产品占比明显上升。据数据显示,1月预期收益率超6%的高收益产品中,5万元起购的产品占比达64.08%,5月占比为48.46%,下降15.62个百分点。而起购金额在10万元至50万元之间的高收益理财产品,占比从1月的16.52%上升至5月的29.23%。

进入5月中旬以来,人民币兑美元“跌跌不休”,让原本不太吃香的外汇理财产品收益率并未因为双节效应显著上升。数据显示,本次双节期间发售的节日专属理财产品平均预期收益率,比此前的五一专属和母亲节专属的理财产品还低,

节日效应已开始退烧。分析师表示,一方面是由于银行理财产品的整体平均收益率持续下滑,节日理财产品不可能逆势而上;另一方面,端午节的专属理财产品中,有3款平安银行发行的4天期超短期理财产品,由于期限短造成预期收益率较低,拉低了平均水平。

统计显示,从投资门槛来看,高收益理财产品的门槛有所提高,5万元起购的高收益产品占比下降,10万元至50万元起购的高收益产品占比明显上升。据数据显示,1月预期收益率超6%的高收益产品中,5万元起购的产品占比达64.08%,5月占比为48.46%,下降15.62个百分点。而起购金额在10万元至50万元之间的高收益理财产品,占比从1月的16.52%上升至5月的29.23%。

进入5月中旬以来,人民币兑美元“跌跌不休”,让原本不太吃香的外汇理财产品收益率并未因为双节效应显著上升。数据显示,本次双节期间发售的节日专属理财产品平均预期收益率,比此前的五一专属和母亲节专属的理财产品还低,

兑美元的贬值使得投资者在购买美元资产时不仅能够获得直接投资收益,还有望赚取汇差收益,这是5月美元理财产品收益率和发行量双双走高的主要逻辑。不过鉴于人民币兑美元在下半年企稳回升的可能性较大,投资者如果要购买美元理财产品,最好选择投资周期在3个月内内的短期产品,以降低潜在汇兑风险。

据金融界金融产品研究中心统计,本周银行理财产品预期周均收益率微降。7天和3个月以上期限理财产品的周均收益率有所减少,其它各期限理财产品周均收益率均有不同程度升高。从收益率分布来看,各期限预期收益率最高产品属股份制商业银行,7天、14天、1个月、6个月和12个月以上,这五种期限预期收益率最高的产品均被平安银行的产品所占据。而招商银行的一款理财产品以10%的预期收益率夺得了3个月期限第一的位置,中国邮政储蓄银行的一款12个月非保本浮动收益产品以6.3%的预期收益率居同期限产品首位。

各期限预期收益率最高产品

期限	预期收益率(%)	产品名称	发行机构	投资方式
7天	5	平安财富-周添利(滚动)现金管理类2012年1期人民币理财产品(认购期:2014年5月30日-6月3日)	平安银行	非保本浮动
14天	5.2	平安财富-双周添利(滚动)现金管理类2011年300期人民币理财产品(0万(含)以上)(认购期:2014年6月1日-2014年6月2日)	平安银行	非保本浮动
1月	5.5	平安财富-灵活添利现金管理类2014年70期人民币理财产品(资金归集专属)	平安银行	非保本浮动
3月	10	招商银行焦点联动系列之股票指数表现联动(沪深300期末双向连续型带触碰条款)理财计划(产品代码:104396)	招商银行	保本固定
6月	9	平安财富-结构类(100%保本挂钩股票)资产管理类2014年119期人民币理财产品	平安银行	保本浮动
12月	6.3	邮银财富御享123号人民币理财产品(1400006FC6)(100万元≤单笔认购金额)	中国邮政储蓄银行	非保本浮动
12月以上	8	平安财富-结构类(100%保本挂钩股票)资产管理类2014年123期人民币理财产品	平安银行	保本浮动

以上数据来源:巨灵数据&金融界金融产品研究中心

证券投资基金资产净值周报表

截止时间:2014年6月6日

单位:人民币元

基金代码	基金名称	单位净值	累计净值	基金资产净值	基金规模
184693	基金普丰	0.8005	2.8869	2,401,366,527.10	3,000,000,000.00
184698	基金天元	0.9025		2,707,442,854.10	3,000,000,000.00
500011	国泰金鑫封闭	1.0533	3.2394	3,160,040,112.00	3,000,000,000.00
184699	基金同盛	1.0042	3.2057	3,012,571,277.91	3,000,000,000.00
184701	基金景福	0.8928	2.8768	2,678,522,041.61	3,000,000,000.00
500015	基金汉兴	0.9586	2.4972	2,875,919,192.52	3,000,000,000.00
500038	通乾基金	1.0615	3.3995	2,122,977,071.54	2,000,000,000.00
184728	基金鸿阳	0.8206	2.3921	1,641,262,978.10	2,000,000,000.00
500056	易方达科瑞封闭	1.0296		3,088,920,129.58	3,000,000,000.00
184721	嘉实丰和价值封闭	0.9837		2,950,989,669.32	3,000,000,000.00
184722	长城久嘉封闭	0.8380		1,673,986,964.13	2,000,000,000.00
500058	银河银丰封闭	0.9160	3.2740	2,746,944,596.86	3,000,000,000.00

注:1.本表所列6月6日的数据由有关基金管理公司计算,基金托管银行复核后提供。

2.基金资产净值的计算为:按照基金所持有的股票的当日平均价计算。

3.累计净值=单位净值+基金成立以来累计派息金额。

险企入驻天猫 寿险更吃香

□本报记者 李超

近期,越来越多的保险公司占位天猫旗舰店的平台,拉开新一轮保险产品电商渠道的竞争。目前在线销售的保险产品中,寿险比重多于产险,前者又以意外险居多,以节日等特殊时点、预期年化收益率作为促销由头的情况日渐频繁。

业内人士认为,从天猫旗舰店上保险产品的构成来看,保险网络渠道销售的格局处于调整过程中。一般而言,保险产品通过电商渠道销售,需要尽可能做到条款易懂、保费合理,并能满足投保人群的基本需求。从目前的情况看,天猫保险页面显示的产品仍以价位不超过千元的低价保险产品为主,这代表了保险初步触网的趋势。

但也有保险公司人士对中国证券报记者表示,保险产品电商渠道的销售格局不会一成不变,随着渠道研究的成熟和精算的改进,某些高端产品也有预期会“触