

金价反弹形态未破坏

□ 证券贵金属高级研究员 向伟

在分析黄金价格走势时,欧美经济形势的发展与对比一直都是决定性因素。而其他因素大多只能暂时影响金价,令其出现阶段性波动,但最终都要回归到全球主要经济体的经济发展情况上来。

美国10月就业市场状况指数(LMCI)上升4.0个点,9月上升2.5个点大幅修正为上升4.0个点。鉴于LMCI是美联储综合了各方面就业情报汇总而得,其对美联储未来政策前景的影响会比非农数据更大。LMCI走强且目前值被上修的状况支持了美联储在10月底政策会议上的观点,即就业市场劳动力资源利用不足的状况得到显著改善,美联储在明年中期将如期开始加息进程的前景成为市场共识。

英国央行下调了经济增长目标和通胀预期,反映了欧元区和全球经济前景的恶化以及英国国内薪资增长乏力。英国央行行长卡尼表示,欧洲当前仍受经济停滞困扰,许多发达和新兴经济体的指标持续低迷。英国央行在本周三发布的季度通胀报告中称,该国通胀率在未来6个月可能跌破1%。这支持了市场认为的英央行直到明年很晚才会加息的观点。

印度央行、财政部及其他部门重申审核黄金进口条例,该条例要求印度进口的黄金中20%必须用作加工再出口。印度排灯节结束后,黄金进口政策将维持之前的紧缩状况,甚至可能出台更严厉的紧缩措施。

11月30日,瑞士将就黄金相关事宜进行公投,内容包括:要求瑞士央行停止售金、收回瑞士黄金储备并要求瑞士央行资产中至少20%是黄金(目前瑞士央行的储备中黄金占比不多于8%)对于此前市场和SBN官员们的忧虑,即公投通过可能迫使央行放弃欧元/瑞郎的汇价下限。瑞士称这个不是问题,因为瑞士央行仍可以通过抛售欧元来购买以其他货币计价的黄金。调查显示,反对瑞士黄金公投人数占据多数。

上周五黄金收阳呈“早晨之星”形态,但本周一价格深度回调,证金贵金属认为,“孕包”形态未完全破坏短期价格反弹格局。短期而言,激进投资者可考虑逢低做多,稳健投资者可暂时观望。

近期ETF减持白银的情况持续,银市需求有所增长,印度可能再限制金银进口,似乎利空的因素仍然较多。不过,地缘方面对贵金属避险需求增强。白银技术上出现短期企稳信号,投资者需关注美元进一步升值的可能性,操作上可谨慎看多。

互联网保险 加快创新转型

□ 本报记者 李超

“双11”落幕,互联网保险转型的起步刚刚开始。往年同日以“概念”吸引关注的保险已被淹没在各类强调保障功能的产品中。在一年来的强化规范下,互联网保险正在经历创新转型:通过产品场景化以适应特定投保需求,关注产品保障功能的实现。

去年“双11”至今,监管层多次就互联网保险的规范发展、风险防范等问题提出要求。而从今年的情况看,保险在互联网平台上的表现,已经呈现关注保障本身,规避“噱头”营销的趋势。

以阿里巴巴平台为例,一度靠“概念保险”收纳保费的情形已难再现。相比之下,运费险成为常见险种。业内人士表示,在保障退换货方面,运费险是最契合“双11”特点的险种,在产品设计上延续了线下产品的设计思路。今年多家经营此险种的公司都预先测试了运载能力,以便更好应对互联网平台大流量的下单冲击。此外,与消费安全相关的保险产品中,为支付宝账户安全、资金流动提供保证的保险产品也在占据市场。

虽然以往部分保险理财产品一度涉嫌消费误导,但在“双11”,此类产品还是如期而至,淘宝理财保险此番联手30多家金融机构推出专场销售相关产品,其中部分产品还尝试与养老、健康保障挂钩,如平安养老、国寿养老都推出了针对个人的保险理财产品,预期年化收益率均为7%。

北京一位业内人士表示,由于此前保监会对互联网保险产品进行了清查和整顿,保险公司在后续设计产品和推广宣传时普遍注意合规性。即使在预期销售量剧增的“双11”,也不会贸然推出踩踏监管红线的“噱头”产品。

与此同时,互联网保险的创新转型没有停止。在淘宝上的保险专场中,天猫医药馆联合淘宝保险推出了“天猫医药险”,成为试水全程在线医疗模式的保险产品。投保人可通过电话完成诊疗,根据医生的诊疗判断转到天猫医药馆购药,随后获得保险公司的全额购药费用理赔和相关重疾保障。前述业内人士表示,这类保险产品体现互联网保险借助场景化坐实保障的发展方向。围绕网购、健康医疗、电子产品、信息安全等开发的保险产品,成为目前创新焦点。

这只是尝试的开始。据了解,虽然互联网保险数据积累可以依靠淘宝等电商平台作为产品设计的参考,但消费行为的复杂性和模型分析还需要更多针对性较强的的数据支撑,特别是对互联网消费的风险数据收集方面,保险公司需加大力度。

■ 投资潮流

□ 本报记者 殷鹏

布局直销银行与年轻人市场,成为越来越多银行的一项经营新战略。从北京银行率先引入直销银行起,平安银行、兴业银行、民生银行、上海银行、浙商银行等先后涉足直销银行。有消息称,就连银行业的“老大哥”工行近日也开始了直销银行内部测试。银行此举的目的就是为了争夺80、90后年轻人市场。

“省事”吸引年轻人

所谓直销银行,是互联网时代应运而生的一种新型银行运作模式,在这一模式下,银行没有营业网点,不发放实体银行卡,客户通过电脑、电子邮件、手机、电话等远程渠道获取银行产品和服务。因没有网点经营费用,直销银行可以为客户提供更有竞争力的存贷款价格及更低的手续费率。

通过手机应用商店搜索“直销银行”,投资者就会发现众多APP可供用户下载。近期,直销银行又添多只生力军。华夏银行直销银行开门迎客,其官网显示,该行直销银行依托于现有网上银行、手机银行,通过电脑、手机等电子网络渠道,为客户直接提供在线金融服务。具体分为三大模块,分别为基金宝、多利宝、快捷汇。

经过3个月试运行,近日,平安银行正式推出直销银行“橙子银行”。平安银行称,橙子银行是定位为“年轻人的银行”,一方面是指目标客户是



25至45岁之间的年轻群体;另一方面还代表着“轻”银行——不再依赖于线下实体网点,所提供的产品和服务都利于客户通过简单、便捷的操作完成购买,属于轻资产的金融服务平台。

按照银监会此前发布的《商业银行理财产品销售管理办法》规定,商业银行应当在客户首次购买理财产品前在银行网点进行风险承受能力评估,对于风险评估的结果,由客户签名确认后存留。这意味着,即使客户通过基于互联网运营的直销银行首次购买理财产品,也需要到银行网点柜台完成风险承受能力测评,俗称“面签”。

一位直销银行人士透露,这项规定定给直销银行发展带来一定的操作局限:很多年轻人觉得购买线上理财产品还得去线下网点面签比较麻烦。为了破解这道难题,直销银行从产品收益率和操作便捷性上下工夫。

相关统计数据显示,银行系“宝宝”收益率普遍明显高过互联网系“宝宝”产品,平均幅度为0.2至0.3个百分点,这让直销银行先胜一招。

此外,在便捷性方面,直销银行也动了不少脑筋。橙子银行的一位工作人员表示告诉中国证券报记者,开立账户的过程非常方便:客户无需亲临银行网点,在线最快1分钟即可开户。开立后需要进行身份验证,如果已是平安银行客户,可立即在线审核身份;如果不是平安银行客户,需上传身份证件:很多年轻人觉得购买线上理财产品还得去线下网点面签比较麻烦。为了破解这道难题,直销银行从产品收益率和操作便捷性上下工夫。

证,经过银行审核,一般第二天可查询审核结果。完成了身份验证,就可在线购买相关产品。

目标指向未来20年

大小银行积极发力直销银行,背后有其深谋远虑。

从目前来看,直销银行成为传统银行对抗互联网金融强劲发展势头的利器,而收益率相对较高的“宝宝”就是其一大看点。此外,以往银行客户只能用该行银行卡购买理财产品,直销银行则打破了这一壁垒,例如兴业银行的直销银行页面显示,工行、农行、建行、招行、中信、光大、平安7家银行的银行卡,都可以进行购买操作。同时,为了使用户尽可能地用非物理网点办理业务,直销银行一般会推出专属理财产品吸引投资者。

在正式上线前,橙子银行历经了3个多月的试运营。平安银行零售网络金融事业部总裁鲍海洁告诉记者,在试运营期间,橙子银行积累了20余万客户,男女比例在六比四左右。按客户的年龄结构测算,逾74%客户在25岁至45岁之间,多数客户投资额在5万元以下。

在鲍海洁看来,直销银行不等于与线下银行网点绝缘。“直销银行仅仅是完成了银行涉足互联网金融服务的第一步,但年轻人除了理财与网购,其他衣食住行都在线下完成。真正意义上的年轻人银行,除了聚焦互联网理财,还需将银行服务与日常生活无缝对接,构建一个社区O2O生态圈,让年轻人感受支付的便捷智能。”她透露,目前平安银行内部正在酝酿将社区银行网点与橙子银行进行联动,比如年轻人可以通过橙子银行平台浏览社区周边的商户和产品服务信息,在线预约下单,选择送货上门或到店消费。社区周边商户则通过橙子银行平台免费在线开设网点,通过互联网向居民推送商品和服务。与此同时,直销银行还可以查找各种便民服务电话和社区公告,在线快速了解社区最新动态。目前这个“口袋社区”的功能正在平安银行“口袋银行”上进行试点。

鲍海洁坦言,之所以试水构建社区O2O生态圈是想寻求差异化发展。一旦橙子银行能够打通年轻人衣食住行与理财支付的全产业链,将争取到更多客户资源与互联网金融创新空间。

一位直销银行人士表示,多数采取线上线下结合发展的直销银行,更多的是将线下网点视为协助客户完成首次购买理财产品网签的合规操作平台。而试水社区O2O生态圈,意味着直销银行需要更多的资源投入,完成盈利目标将需要更长时间。

鲍海洁说,“10至20年后,80、90后随着财富的积累,将成为银行最重要的客户资源。银行此时布局年轻人市场,某种程度上是在布局未来。如果客户资源积累到一定数量,很多资产管理机构就会上门商讨产品设计与销售合作,直销银行的盈利来源就出现了。”

■ 银行理财

理财产品期限拉长利于锁定收益

□ 高佩卿

目前,银行理财市场整体走势平稳,近日发布的统计数据显示,银行发行的理财产品期限有拉长趋势。业内人士表示,无论理财产品存续期是否“变”长,投资者购买产品时都需要重点考虑三大要点:一是收益率和期限的性价比,二是期限和资金需求匹配度,三是未来理财产品的收益率趋势。今年10月,央行为平滑市场资金流动性,定向投放数千亿元,充裕的流动性有望保持至年底,理财收益率受此影响不会出现明显走高,建议投资者选择投资期限较长的理财产品锁定收益率。

7月1日以来,美元指数一路飙升,刷新了2010年6月中旬以来的新高。至9月底已经实现连续11周上升并创出了史上最长连涨纪录。与此同时,日元、英镑、澳元等外币行情看好,一直被冷落的外币理财产品近期重新活跃。

对不少理财达人来说,“双11”是理财良机。然而,去年还热情加入“双11”狂欢的银行,今年显得相当冷静,几乎找不到银行的相关产品。事实上,

美元的投资者可以在美元指数涨到适当的位置卖掉美元,“稳”字当先,待时机成熟后再作其他打算。

团购理财平台1元起买的理财产品以期限短、流动性较佳的产品为主,它们经过平台筛选,风险相对更低。当平台客户看中某款理财产品而又够不着投资门槛时,客户可通过“发起合买”的方式,实现1元起买。尽管团购理财产品降低了客户投资理财的门槛,打破了地域限制,也为投资渠道不足的人提供了新的投资方式,但团购理财产品为涉嫌打政策“擦边球”。有业内人士认为,通过组团方式买入银行理财产品,投资者其实没有与银行建立理财产品的买卖合同关系,而客户与团购公司签订的文本属非正式文件,投资风险较大,尤其是客户资金进入团购理财产品平台的虚拟账户后无法跟踪、确认资金去向。

对不少理财达人来说,“双11”是理财良机。然而,去年还热情加入“双11”狂欢的银行,今年显得相当冷静,几乎找不到银行的相关产品。事实上,

从10月开始,银行线下理财产品收益率一直不温不火。对于这一现象,某国有银行的一位理财专家表示,往年到了月底或是年底,银行都为了要拉存款推高理财产品数量和收益率;但是今年市场资金面比较宽松,银行不差钱,理财产品自然量价齐跌。现在理财产品种类很多,尤其出现很多打着高收益率招牌的互联网理财产品。投资者一定要牢记高收益伴随高风险,购买前要看清条款,谨慎参与。

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升,较上周上涨0.01个百分点。15天至1个月之间期限的理财产品周均收益率增幅最高,其他各期限理财产品周均收益率均有略微变动。从收益率分布来看,预期收益率最高的产品属股份制银行与外资银行。其中,招商银行的一款理财产品计划以10.67%的预期收益率夺得了1至3个月期限产品第一的位置;而汇丰银行的一款保本浮动收益产品以12.5%的预期收益率居12个月以上期限产品的首位。

昊樽30葡萄酒指数十月份整体回顾

昊樽期酒·2014年11月8日
(www.liv-ex-ch.com)

截至2014年10月末,昊樽30指数(BHC 30 Index)报收于980.02点,较2014年9月末点数(986.20点)下跌6.18点,环比跌幅-0.62%。同期,Liv-ex100指数报收于237.89点,环比上涨1.03点,涨幅0.43%。昊樽30指数(BHC 30 Index)追踪30款在中国市场认知高,表现相对活跃的高端葡萄酒的价格变化,用于观察高端品种市场的风向标。



注:上述葡萄酒价格为Liv-ex上记录的截至2014年10月末的市场价,按实时汇率进行折算。

海外酒庄并购业务

服务热线:010-65547166

微信公众平台:BHCwine68

时间:截至2014年10月末

时间:截至2014年10月末

序号 葡萄酒名称 环比涨幅 序号 葡萄酒名称 环比涨幅

1 Opus One 12.16% 1 Carnaros Lafite -7.66%

2 Palmer 9.46% 2 Forts Latour -5.47%

3 Pavilion Rouge 3.87% 3 Lafite Rothschild -3.66%

注:上述葡萄酒价格为Liv-ex上记录的截至2014年10月末的市场价,按实时汇率进行折算。

海外市场并购业务

服务热线:010-65547166

微信公众平台:BHCwine68

-CIS-

截止时间:2014年11月14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

184721 嘉实丰和 1.1225 3,367,452,369.25 3,000,000,000.00

184701 基金景福 1.0308 3,0148 3,092,278,457.81 3,000,000,000.00

500015 基金汉兴 1.1001 2,6387 3,300,203,477.52 3,000,000,000.00

500038 通乾基金 2,000,000,000.00

184728 基金鸿阳 1.0252 2,5967 2,050,423,591.94 2,000,000,000.00

500056 易方达科瑞封闭 1.1453 3,435,924,382.35 3,000,000,000.00

184722 长城久嘉封闭 0.9451 1,890,133,224.98 2,000,000,000.00

500058 银河银丰封闭 1.0110 3,3690 3,031,921,655.16 3,000,000,000.00

注:1.本表所列11月14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+基金建立以来累计派息金额。

证券投资基金资产净值周报表

截止时间:2014年11月14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

184721 嘉实丰和 1.1225 3,367,452,369.25 3,000,000,000.00

184701 基金景福 1.0308 3,0148 3,092,278,457.81 3,000,000,000.00

500015 基金汉兴 1.1001 2,6387 3,300,203,477.52 3,000,000,000.00

500038 通乾基金 2,000,000,000.00

184728 基金鸿阳 1.0252 2,5967 2,050,423,591.94 2,000,000,000.00

500056 易方达科瑞封闭 1.1453 3,435,924,382.35 3,000,000,000.00

184722 长城久嘉封闭 0.9451 1,890,133,224.98 2,000,000,000.00

500058 银河银丰封闭 1.0110 3,3690 3,031,921,