

解读热点信息 剖析2013年理财趋势

## 在“两会”中寻求投资启示

一年一度的全国两会，是国内政治经济生活中的重大事件。两会上释放的政策信号正成为各方关注的焦点，也是投资市场的风向标。本报邀请省城部分金融机构的专业人士解读两会中的热点信息，希望对2013年大家的投资理财思路有一定帮助。

实习生 汪建君  
记者 邹传科



## 焦点1 短期的主题性机会突出

备受瞩目的“两会”已胜利闭幕，各方政策动向已相对明了，2013年货币政策或将延续稳健基调，预计国家在户籍制度、土地制度、收入分配制度以及财税金融改革等方面会有重大突破。东方证券望江西路营业部理财师汤军分析，2013年资金流动性会比2012年略好，经济总体有起色，但复苏仍

有待确认，可能处于缓慢复苏。

“两会对趋势投资风格的投资者会有较大的影响，两会上出台的文件会吸引市场关注，带来短期的主题性机会。”汤军认为，城镇化、美丽中国或将成为投资新主题。“预期新一届政府将适度收紧货币政策，当货币收紧时，可能会出现第三次探底。”

## 焦点2 黄金市场切勿要去追高

受美国ETF黄金基金SPDR Gold一季度大幅减仓、美国经济数据的持续向好、道琼斯指数突破金融危机前的高点等因素影响，2013年一季度，黄金白银等贵金属整体呈现下跌的走势，黄金最高自1700美元/盎司附近下行至1550美元/盎司附近企稳。

“年中如果美国结束宽松货币政策，则

黄金有可能继续下滑。另外，朝核问题等政治问题极端局面的出现，都会导致黄金的较大波动。”安徽富垠投资有限公司分析师夏明峰分析，贵金属整体行情预计是震荡上行后回调再震荡上行，难以爆发比较强势的单边行情。“建议投资者仍以回调低吸策略来操作，切记勿要去追高，容易被套在高位。”

## 焦点3 理财产品仍是较好投资

理财产品的投资标的决定了它有一个很稳定的投资市场，虽然其投资债券、票据类资产会出现价格波动，但波动的区间很小，因此，今年理财产品预计半年期会维持在4.5%左右，一年期可能在5%左右，在季末、月末可能会适当走高。

招商银行合肥分行理财师丁蕾表示，相对于半年期存款3.05%、一年期存款3.25%的收益，理财产品收益更高。“由于商业银行信用度高、产品投资风险小，对于风险承受力较低的客户而言，仍然是一种较好的投资工具。”

## 焦点4 股市结构性行情值得期待

“两会”已落下帷幕，对股市具有直接影响的货币政策，周小川已明确表示，相比前两年，2013年货币政策可能会“稳中偏紧”。“所以2013年后三个季度，股市想有全面性行情较难，但结构性行情值得期待。”华龙证券分析师刘磊表示。

板块方面具体分析，受制于三公消费缩减、本身业绩已充分释放的酿酒板块机会已

经不大。”刘磊分析，争议最大、政策不断打压的房地产板块存在着阶段性机会。“国家政策导向明显的板块可重点关注，如与环境治理相关的环保板块、医保红利释放的医药、医疗器械板块以及政策不断松绑、活跃度较高的券商板块。”

个股选择方面，刘磊建议关注那些尚在年线下方、或领先大盘回踩年线的品种。

## 焦点5 抗通胀还可购买分红险

据中国人寿安徽分公司分析师杨轶介绍，分红型养老险的好处就是收益与当时的利率以及保险公司的投资业绩挂钩。“因此可以回避或者部分回避通胀对养老金贬值的威胁，使养老金相对保值甚至增值。”

杨轶分析，加息确实给分红险带来一

定的利好因素，不同分红险产品也能在不同程度上抵御通胀，但选择保险产品仍应以保障功能为主。“在选择保险计划时，还应充分考虑目前的收入水平，并结合自己的日常开销、通货膨胀等因素，做出合理的选择。”

理财产品收益普降  
短期产品让闲钱升值

上周，共有511款理财产品发行，发行量较前一周增加44款。从各期限产品的预期收益表现看，除了1个月(含)以下期理财产品的平均收益率与前一相比，有所上升。那么，短期产品为什么会“一枝独秀”呢？

## 理财产品上周收益率普遍下滑

据普益财富数据统计，上周44家银行共发行了511款理财产品，发行银行数较上期报告增加4家，产品发行量增加44款。

在理财产品期限方面，除了3个月至6个月(含)期理财产品发行量与前一持平，其他各期限产品的发行量较前一周均有所上升。值得一提的是，1个月(含)以下期理财产品的平均收益率与前一相比，上升7个基点，达3.64%。然而，其他各期限产品平均预期收益率却遭遇不同程度下滑。6个月至1年(含)期理财产品下滑28个基点至4.14%，3个月至6个月(含)期理财产品下滑20个基点至4.05%。

## 3月底的时点业绩考核至关重要

金融界网站在最新一期调查中指出，季末特殊产品收益率值得期待；春节过后年末效应消退短期理财产品的预期收益继续下滑。但每年3月份都有一个比较不错的机会，原因是一季度不少银行会在业绩上冲开门红，也就是说要让一季度的业绩表现抢眼。因此3月底的时点对于银行业绩考核至关重要，为了吸收客户的资金，银行会有多种推销方式，提高预期收益率吸引客户是重要方式之一。

此外，业内人士分析，2月CPI同比上涨3.2%，不仅超出市场预期，同时也逼近政府年度抗通胀的目标。如果高通胀逼近，将进一步抬升投资者对于收益率的期望，可以预见的是，银行存款会更快地往具备一定收益率的理财产品上“搬”，另一方面也为理财产品预期收益率提出更高的要求。

实习生 汪建君 记者 邹传科

新华保险创新服务模式  
“通信鸽”搭建沟通桥梁

“今年的分红通知书怎么还没收到呢？之前手机出故障号码全丢了，也没办法联系业务员。”王女士的烦恼正好被新华保险调查服

务人员张鹏听到。于是，他热情地拿出一张“通信鸽服务申请书”表格递给她填写。让王女士欣喜的是，当天她就收到了张鹏发来的短信提示，告知其需求已经转达。随后，业务员也致电约定第二天上门递送分红通知书。王女士所体验到的，正是新华保险自2013年1月起在行业首推的一项创新服务举措——“通信鸽，需求信使服务”。

调查发现，服务渠道是否通畅将在很大程度上影响客户的消费体验。“通信鸽”服务

的推出，表示新华保险将开拓“服务多元化”的新渠道。调查服务人员为客户上门办理业务时，若客户有其它服务咨询、投诉需求，或购买保单意向，均可填写申请表，服务人员即化身“通信鸽”，将客户需求传递回新华保险给予优先处理。为保证服务时效和质量，新华保险专门开发了追踪系统，包括短信通知处理结果，统一制定标准化服务手册和电话抽样回访以监督服务落实情况。新华保险还将根据客户反馈，及时调整工作方式，优化服务内容。

“通信鸽，需求信使服务”是新华保险主动为客户搭建的沟通桥梁，拉近了与客户的关系，在公司官网、电话联络中心、柜面等传统渠道之外，又开辟了主动上门服务的新方式，将为客户提高需求办理效率，提升客户服务满意度。

邹传科

## 邮储安徽分行不断改善客户体验

作为一家新生银行，邮储银行安徽省分行多措并举，努力为客户打造360度无死角服务体系，不断提升客户体验。

从一建行开始，邮储银行安徽省分行就注重硬件配套建设，按照“网点分类、功能分区、客户分层、业务分流”的原则，新建、改造装修一大批网点，累计投入资金7.57亿元。决定服务水平高低的关键因素还取决于提供

服务的人。安徽分行的领导者深知这一点，从员工培训抓起，定期聘请专业培训机构，为前、后台人员开展服务专题培训。同时，引入第三方神秘人监督机制，按季开展营业网点服务质量第三方神秘人检查活动，这个神秘人可能是客户，也可能是专业人士，展现两种不同的视角看到的服务水平，每期检查结果还要进行评分、分析和通报。

邹传科

## 泰康人寿快速赔付身故保险金20万

临泉县客户丘先生于2012年9月16日投保《泰康如意意外险保障计划》，年缴保费200元。2013年2月10日，蛇年大年初一本是中国老百姓家家团圆的好日子，丘先生当天下午在开车回家的途中，不幸发生车祸，当场身故。虽然事件发生在春节假期，秉承公司的服务理念，安徽泰康启动快速理赔通道，并派相关人员赶往阜阳协助当地机

构完成调查取证工作。等客户将理赔资料收集齐全上报总公司后，总公司快速审核，正常给付身故保险金20万元！3月14日，客户家人将写有“人性关爱，快速理赔”的锦旗送至泰康人寿阜阳中支工作人员手中。

风险无处不在，泰康人寿用行动诠释着公司的庄严承诺，用服务呵护着每个家庭的幸福。

邹传科