

华安证券实盘炒股第十二周周冠军谢先生谈股论经

炒股学巴菲特长期持有



截至5月10日，华安证券实盘炒股大赛第12个交易日“比武”已经结束。凭借扎实的财经知识背景和20年的沐风栉雨股市经历，本周周冠军被来自合肥市金寨路证券营业部的客户谢先生以30.07%的高收益轻松摘得。

预期个股上升浪多看少动为宜

华尔街有个说法：你如果能在股市熬十年，你应能不断赚到钱；你如果能熬二十年，你的经验将极有借鉴的价值。这段话充分说明了时间在股市上的重要性。同样，这句话也在谢先生的身上有了印证，他又有哪些经验？

作为一名资深股民，从事财经教育工作的谢先生，20余年在股市滚打摸爬，听来让人咋舌。“现在没有了年轻时的追高冲动，更多的是反复酝酿。”谢先生表示，现在选股不仅看技术面，关注更多是股票基本面、行业和国家政策等，由此做出选股判断。而对于20年的炒股经历，谢先生侃侃而谈，20年前资金账号三位数，才几百人炒股。“最早是在安徽证券公司第二证券营业部开的户，也就是现在的华安证券，这么多年来一直都是华安证券的铁杆粉丝。”谢先生认为，预期个股上升浪多看少动为宜。而这正与真正的巴菲特的16字概括不谋而合：持续成长（的股票）、合理价格（买入）、长期持有、远离行情。

由于个股活跃赚钱效应依然存在

据华安证券投资分析师王松介绍，本周

市场开局继续延续中小市值个股走强的风格，但随后周二却出现了明显的强势股集体回调的迹象，屡创新高的个股出现在跌停板上，指数一根阴线下穿后市场再度进入到恐慌状态，但由于缺少实质性消息面的推动，市场无论是向下或向上突破都难，后市延续震荡风格较大。“在同期沪深300指数下挫10.04%的情况下，有1428位选手收益率跑赢沪深300指数，占总参赛人数的57.12%。”王松认为，在指数出现下跌的情况下，我们选手的收益跑赢指数的比例却在提高，说明市场虽然出现调整，但是由于个股的活跃，赚钱效应依然存在。

而从选手目前的表现来看，排名第一的依然是坚定地持有某造纸板块股票的白先生，第二名选手选择了坚守，第三名选手在近期介入了几只医药股。 记者 邹传科

交行打造借记卡“升级版”

近日，交通银行对外宣布，成功研发磁条卡同卡号置换芯片IC卡功能，从而方便客户在不必更换卡号，也无需重新签约的基础上，即可享用IC芯片借记卡的“升级版”服务。

据介绍，传统的银行磁条借记卡，经过多年发行积累，目前已拥有大量客户。但广大客户在当前各种不同的消费环境中，往往需要一人置备多卡。芯片IC卡虽能解决上述问题，但以往更换，需要客户另开新卡、改变原有的借记卡卡号。交行从客户的角度出发，成功研发磁条卡同卡号置换IC卡功能。

通过此项功能，交行太平洋借记卡客户在不更换卡号的基础上，即可享受升级版IC借记卡的“三重便利”：一是换卡体验无缝衔接。客户换卡后无须再进行签约协议的替换。二是用卡功能更加完善。简便置换后，太平洋借记卡即可实现原有银行金融应用基础上，进一步扩展至公交、社保等其他行业以及门禁、身份识别等第三方应用。三是资金使用更加安全。 邹传科

马鞍山人保财险
反洗钱工作获评A类

日前，马鞍山人保财险在人民银行组织的全市金融机构2012年反洗钱工作考核评比中被评价为A类金融机构。

据悉，此次考核评价内容包括反洗钱内部控制制度建设、金融机构反洗钱组织机构建设情况、客户身份识别及保存客户身份资料和交易记录情况、大额和可疑交易报告情况、金融机构反洗钱培训与宣传情况以及金融机构协助配合反洗钱工作及执法情况等，该市共有45家金融机构参与考评，马鞍山人保财险获评A类。 邹传科

新华保险推广微博营销

5月初，新华保险为在全国热播电视剧《新编辑部故事》中的植入人物“聂卫红”开通新浪微博账号“新编辑部故事-聂卫红”，并在各级机构各条线及业务团队进行推广和关注引导，首次以微博营销的方式进一步提升公司品牌认知度及营销员形象。经过一周左右的运营推广，目前该微博粉丝量超过2000人。

据了解，新华保险意图通过“新编辑部

故事-聂卫红”微博账号的长期推广和运营，将这一良好营销员形象打造为传递公司声音的新途径，使其成为联络公司各地区、各条线、各级别员工情感的新纽带，而员工关注该微博也将成为了解公司最新动态和最新信息的最快捷方式。

《新编辑部故事》由新华保险赞助拍摄，聂卫红是该剧为新华保险量身设定的保险营销员角色。在剧中，聂卫红是主角之一老

编辑部故事中老刘儿子刘向前的妻子，该角色仅次于编辑部的6位主演，她为人正直、热心肠、朴实亲和中又透露出较高的文化品位和贤妻良母形象，很好地体现了新华保险营销员积极向上、健康阳光的形象。 邹传科

解密“你身边的银行”·五“指”连“心”之回馈篇(二)
创造客户最需要的银行产品

借记卡、信用卡、各种投资理财产品……银行的产品一直在不断丰富和完善中。每一个新产品的诞生，既是为了跟随时代前进的脚步，更是为了满足客户们的多种金融需求。大学生，是时代的代言人；大学校园，是思想碰撞最激烈、创新思维最活跃的地方。工商银行，就是要借大学生的“思想”，为更多人，为将来的潜在客户们，创造出最需要的金融产品。据记者了解，第四届“工商银行杯”全国大学生银行产品创意设计大赛日前已经启动。

大学生更应该学会理财

张亨，毕业已经13年了，他至今一直对一件事念念不忘。2000年的时候，张亨即将毕业，他在急着找工作的同时，对股票产生了浓厚的兴趣。事实上，张亨家境不错，大学四年里的生活费，也比其他同学多很多，只是“大手大脚”生活惯了的张亨，根本没省下一分钱，他没有投入股市的资本。

别无他法的张亨，只能向父母要钱，但他“中规中矩”的父母，并不愿意把钱做这种“大风险”的投资。“事实证明我是对的，那个时候进股市的人，基本都在赚钱，我看好的两支股票，后来都翻了十几倍”张亨对记者说，“太遗憾了！我并不怪我的父母，我只是觉得自己醒悟的太迟！”

在张亨看来，随着生活水平的日益提高，现在的大学生比他们那个年代“幸福”多了，“生活费”更多，但诱惑也更多。“现在的大学生几乎人人都有笔记本、苹果手机、IPAD，有的甚至还有车，我觉得这太夸张了”张亨说，“有些花费根本没有必要，大学生其实更应该懂得投资理财，因为他们的钱，还不是自己挣的钱，是父母的钱。不需要用的时候，可以存起来，或是学习一些简单的理财方式，为需要用钱的时候，备好资金。”

张亨说的没错，学生时代、特别是大学时代，是学习能力最强，并且最早接触社会的时期，这个时候学习金融方面的知识，养成良好的投资理财习惯，将会使自己未来的人生终身受益。

征集产品使用感受和建议

据工商银行安徽省分行的工作人员介绍，此次第四届“工商银行杯”全国大学生银行产品创意设计大赛，将与“普及金融知识万里行”活动有机结合，在校内进行现场形式多样的金融知识宣传教育活动。

“我们会选派专业素质高、沟通能力强的团队，通过银行产品知识讲座、高校师生金融需求调研、校园现场服务等高校师生乐于接受的形式，将投资理财的理念，将各类产品和金融知识教给学校的师生们”工商银行安徽省分行的一名相关负责人告诉记者，“网上银行、手机银行、短信银行、银行卡、留学金融服务、账户贵金属、代发工资、代缴学费等，其实我们很多产品和服务，都与高校师生日常生活密切相关，只是他们现在还不知道。”

该名负责人表示，举办这样的比赛，一来是为了通过大学生的聪明才智，为工行进行产品创新提供思路。另外一点更为重要，就是希望在校师生这个庞大的客户群体，能够对工行

的产品提供真实的使用感受，提供相应的意见和建议。“其实任何一款产品都有可能存在瑕疵，又或者有的产品因为时代变迁，而变得过时和不再方便，这些都是我们需要改进的”该名负责人告诉记者，“我们会在活动期间，组织团队主动征集各个高校师生对产品和服务的使用感受及建议，并将记录成册，之后研究改进和完善的办法。”

工行一直以来对产品的“苛求”态度，正是对广大客户的最好回馈。

培养新一代“大众银行家”

记者获悉，本次大赛已经正式启动，参赛高校基本涵盖国内所有高校，并在银行产品创意设计比赛基础上增设贵金属模拟交易比赛。可以说，这是一项“规格很高、非常专业”的赛事。

“大学生接受新鲜事物的能力很强，并且对新生事物的掌控能力也很强”工商银行省分行相关负责人对记者说，“近年来金融服务投诉增多，很重要的原因，就是金融信息的不对

等。我们不是刻意隐藏信息，其实所有的信息我们都是对外公开的，只是用户之前可能经常不接触这些产品和服务，偶尔一接触，就发现了各种‘问题’。在大学校园里，把银行产品和服务，更早地展现在即将步入社会的大学生面前，就能让他们在更多地与金融机构打交道前，尽可能多地了解相关知识。”

据悉，此次比赛，工行还将通过提供实践实习机会、指定对口指导专家等形式，引导大学师生深入了解金融产品和服务，发挥学生思维活跃的特点，辅导其在个人金融、企业金融、电子银行、贵金属、金融市场、银行卡等更多领域掌握更精准的知识，提供高质量的作品。

“比赛的本质，依然是金融知识的普及，如果我们在大学生中培养出一大批‘大众银行家’，他们就能影响和帮助更多的人群，让大家更深入地了解银行、理解银行，更好地使用银行产品，接受银行服务。”工商银行安徽省分行的相关负责人说，“这次比赛的奖励力度是非常大的，希望大学生们都积极踊跃地参加。”

(方亮 史道玲 张华玮)

ICBC 中国工商银行

网站 www.icbc.com.cn 服务热线 95588