

■ 总经理连线

投资者役人 储蓄者役于人



上投摩根总经理 王臻

一般认为日本工作者是勤奋的代表,我们倒不曾见过关于美国人工作努力的说法,反而常常有耸人听闻的报道:美国人要再不努力工作就要被其它国家抢光市场。不过,不论在个人所得或家庭财富上,几十年来美

国人的增长速度都比日本人要高。关键之一是美国民众积极投资,尤其是采取全球化的股票投资,而日本民众从70年代开始富裕以来,始终如一地只爱存款,而且只存在日本。因此,美国投资人从全球资本市场成长上的获利,远高于他们的劳动所得;而日本投资人死守着利率节节下降,现在已经低得几近于零的银行存款,所以资产没法有效成长,只能继续地长时间工作,但财富成长却很有限。

大前研一为日本的多产管理学作家,新出一本书名为《即战力》(国内由中信出版社出版),书中批评日本的投资人过于保守,一是保守到只敢存定存,二是畏于全球化进行资产配置。日本家庭整体的金融性资产在去年底达到1,500万亿日元(约13万亿美元),而其中定存、活存和其它保本型资产加起来超过85%,只有

1%不到的资产投到海外市场。日本民众的劳动所得,多数放在每年增值幅度不到0.3%的工具中,近几年全球市场的多头行情,日本投资者从中获利甚少。日本家庭的存款和现金占金融性资产比例是全球最高的,但日本的银行利率却是全球最低的,两者皆是世界之最,难怪日本民众“不求回报”的特殊投资偏好,被大前研一评为可列入世界第八大奇迹。这一趋势继续下去,日本人有潜力成为为最穷的一群人。

大前研一为日本民众开出的药方是:1、积极学习理财知识;2、采取更积极的投资战略(多参与股票投资);3、放眼世界(国际化投资和注意全球资金流向)。

这一药方在美国家庭中则已经是家常便饭了。美国民众的金融性资产在2004年就达到45.3万亿美

元,而最近的数据是美国人持有外国资产有14万亿美元,其中2/3是权益类也就是股票类的外国资产;而外国人持有美国金融资产有16万亿美元,不同的是外国人比较偏好美国的债权投资,其中2/3是投资美国的债券。一来一往之后:1、美国人赚的比外国人多,因为美国投资人较多投资在股票类资产;2、美元贬值对美国投资人反而是福音,因为投资境外市场的比例是全世界排名中是靠前的,美国人从海外投资中有额外的汇兑收益。虽然美国人总哇哇嚷着快没工作了,但美国家庭的财富却仍节节升高。

孟子说:“劳心者役人,劳力者役于人”。积极地、全球性的投资者,让钱赚钱,是劳心者;只守着定存,看起来是保险的做法,实际上,却是只能仰赖劳动力所得成长的消极理财者。

农行首创 基金定期定额赎回

◎ 本报记者 王文清

孩子上大学每月需要1000元零花,父母老了每月也需要几百元赡养,钱真的只能越来越少?农行首创的基金定期定额赎回业务让你轻轻松松在每月支出这笔钱而不必担心本金的减少,比如投资者一次性投入资金10万元购买基金,按保守估计年均增长率10%来计算,每月便可赎回约1000元给孩子作零花或者孝敬父母养老,而本金10万元仍可基本保持不动。

相较于各大银行推出的基金定期定额投资来说,基金定期定额赎回业务由农行首创,成为其一大靓丽创新点。作为一项创新业务,农行基金定期定额赎回简单地就是将基金“倒着定投”,即在每月的固定时间(如每月10日),按投资人的要求(每月1000份)由银行将固定份数(1000份)赎回并返还给投资人。定期定额赎回契合了投资人各方面的需求,有着很广泛的客户群体,尤其是对孩子教育、偿还房贷、赡养父母、自己养老等每月需要一笔固定支出的投资者来说无疑是一大福音。

对于公益基金或奖学基金来说,这一独特业务也同样适用,一方面可以持续地将投资收益用于公益慈善、奖励学生等,另一方面与银行存款相比,又能规避通货膨胀带来的本金“贬值”,尽可能地减少赎回对本金的影响。目前银行一年期的固定存款实际收益率为2.448%(原为3.06%,扣除20%利息税后为2.448%),而当前的通货膨胀率超过3%,可见现阶段情况下银行存款无法实现资产有效的保值增值,而通过基金定期定额的投资和赎回可以使其变“活”。

除此以外,农行的这一首创之举也使投资人更省心省力,因为投资人不必再自己费心地去进行赎回,每月就能从卡上支取由银行负责赎回的基金份额,充分体现了农行为投资者服务到底的态度,也解决了投资人参加基金定投的后顾之忧。

■ 兴业基金投资者教育专栏

一定要跑赢CPI

◎ 钟宁瑶

“你可以跑不过刘翔,但你一定要跑过CPI。”这是近来看到的最有意思的一句话。的确如此,你可以不喜欢运动,但你的财富一辈子都在赛跑,这是一场长达几十年的“马拉松”,这场比赛悄无声息,甚至不管你是不是愿意参加,而它的对手就是CPI。

前几天公布了一系列金融数据,其中显示今年6月份我国居民消费物价指数(CPI)同比上涨4.4%,上半年CPI同比上涨3.2%,比去年同期增加1.9%。如果你觉得这些枯燥的数字只是金融界人士所津津乐道的,和普罗大众没什么关系,那么你就错了。

CPI,是消费者物价指数(Consumer Price Index)的英文缩写,这个指数反映了与居民生活有关的产品及劳务价格的变动。举个例子说,如果在过去1年,CPI上涨3%,意味着,你的生活成本比1年前平均上涨了3%,

也意味着你的现金的购买力在下降。换句话说,一年前的100元纸币,现在只能购买价值97元的货品及服务。

很多人以为存款放在银行很保险,但是“保险”不等于“保值”,尽管你的存款的“面值”没有改变,但是它的“购买力”下降了,你的财富悄悄地被吞噬了,而你丝毫没有察觉。

2004年10月28日以来,央行4次加息,一年期存款基准利率从2.25%上调至3.33%。但依旧赶不上CPI的步伐,实际上,从今年1月以来,由于CPI加速上涨,而加息幅度有限,实际利率已经连续6个月为负值。

“负利率时代”如何保值?“负利率时代”,怎样才可以避免财富缩水?投资学经典著作《股史风云话投资》(Stocks for the long run)的作者席格尔教授(Jeremy Siegel)在这本书中开宗明义的指出,长期而言,买股票其实比银行定存还安全。

他在书中分析道,短期来看,通

胀将导致债券利率上升,从而导致股票价格下降;但是从长期来看,股票的收益最终来自于实有资产的增值,通胀导致投入成本增加,产出价格也会增加,以满足价格上涨的需要。所以,长期来看,股票价格以及收益和股息水平会随着通货膨胀率的上升而上升,“股票就成为了一种彻底地规模通货膨胀风险的套期保值工具”。

对于稳健的投资者来说,选择股票型基金,并且长期持有,将是应对通货膨胀,从而跑赢CPI的良方。同时,如果基金投资者将实现资产保值、分享经济增长作为长期的投资目标,放下“一夜暴富”的企图,也将有助于投资者保持平常心,从而在投资的马拉松中轻易获胜。



■ 信诚基金投资者教育专栏

“打的”中的投资之道

◎ 郝渊侃

打的,也有哲学?是的。如果您打的的地方并非是商务楼或宾馆门前可以排队耐心等待,而是一个可以自由选择的地点的商业街马路边,当您看到一辆辆出租车在离您不远的地方被别人乘上,您是否会走来走去,寻找一个“更有利”的打的位置?而当您离开原来等待的位置时,往往又会看到一辆车停在刚才等待的位置,到达目的地的乘客开门下车。

这和投资股票、基金有些类似。小C持有一只股票,看到别的品种上涨,而自己的却按兵不动时,往往按捺不住,选择换股,而当换了上涨的品种后,该品种又开始回调,自己

原来持有的股票却开始上涨。

现在,小C被股票伤透了心,转而投资基金,却把投资股票时频繁更换投资品种的习惯带到基金投资中,依旧痛苦不堪。

的确,当一位投资者有较强的选股能力时,他可能选出不少值得投资、并且上升空间也很大的股票,但如果他没有一个合适的操作策略,心态随着市场和个股价格的波动而波动,频繁换股,很有可能碰到和小C一样的情况,他最终的收益率也很有可能不如拿着当初选择的一个股票,或一个股票组合。

基金投资就更不合适寻求“短线收益”,短线频繁操作的结果除了手续费高企外,也可能遇到赎回就涨的尴尬局面。

这到底是为什么呢?

一方面,明天会发生什么,我们永远不能精确地判断,如果有人说他知道明天什么股票会涨,大盘会涨多少,那他不是神仙,就是骗子。短期影响市场的因素太多,股价出现偏离价值中枢的机会也很多。

另一方面,市场的热点是轮动的,齐涨齐跌的日子毕竟占到少数,基金由于重仓的行业不同,也会表现各异。

如果把投资周期定得足够长,调研、数量分析等就能较大幅度地派上用场,而价格也有回归价值的一天。



■ 营销信息

长城品牌优选 发行首日获热捧

◎ 本报记者 唐雪来

七月开放式基金发行获批“第一单”——长城品牌优选基金于7月20日正式通过建行、农行、工行、招行等机构限量120亿元销售。记者了解到,该基金首日发行场面火爆,超出不少销售渠道预期,投资者对新基金的热情依然十分高涨。按目前销售进度,销售目标将很快达到,提前结束销售。与年初异常火爆、哄抢新基金的局面不同,经过近期震荡调整行情,基民多了些理性,少了些冲动,对基金产品特征、基金公司品牌程度非常关注,并以此作为选择基金产品的重要依据。

作为国内第一只专注投资品牌企业的基金,长城品牌优选基金产品特点鲜明,易于投资者理解和选择,这也是该基金发行火爆的一个重要原因。据拟任基金经理杨毅平先生介绍,该基金的设计与推出是基于对品牌价值的深刻感悟。他认为,品牌公司具备显著的竞争优势、高定价能力、超额盈利能力,利用品牌延伸策略能维持品牌企业较高成长性,且品牌公司具有潜在并购价值。长城品牌优选基金的推出,实际上体现出了长城基金执行和发扬经典朴素的投资理念,以及对品牌企业价值在A股市场崛起大趋势的洞察与分析。

据悉,为迎接此次新基金发行,长城基金做了大量的准备工作。长城基金市场部总经理桑煜介绍:“最近我们的基金客户群体成倍扩大,为准备长城品牌基金发行,我们数倍扩充了客服人员队伍,并进行系统升级扩容,最大程度地满足新老客户的投资需求、理财咨询,为投资者提供周到、及时、高效的服务。”桑煜还介绍了基金销售火爆背景后可喜的变化。“从首日销售情况来看,我们明显感觉到投资者的投资行为出现了变化。投资者更为成熟、理性,选择产品的目的性、针对性很强,因此,首日销售的火爆体现出了投资者对长城基金、长城品牌基金的高度认同。”

作为成立时间较久、产品线较丰富的一家老牌基金公司,长城基金管理公司凭借其全面、丰富的投资管理经验和良好的管理能力赢得了投资者的普遍信赖。根据中国银河证券基金研究中心《基金管理公司股票投资管理评价体系的统计,长城基金管理公司的股票投资管理评价能力2006年度在45家基金公司中排名第8位,兄弟基金业绩一直都齐头并进。基金经理杨毅平由于其扎实的价值判断功底,对于优质公司的执著,对于安全边际的坚守,被业内誉为“久经沙场的宿将”。