

布局海外投资 配置QDII正当时

本报记者 李玉亮

三季度全球市场大幅震荡,但今年以来仍有超过14只QDII产品取得10%以上的回报。新兴市场 and 成熟市场在大跌中表现迥异,以及人民币波幅扩大等因素,使得全球资产配置再度进入投资者视野。随着美联储收紧货币政策,将直接推升美元指数与美元资产的价值,这将促使国际资本加剧回流美国。银行理财专家表示,除了稳健型理财产品之外,投资者还可以根据自己的风险承受能力适当配置权益类资产,并适当进行海外资产配置。

从海外市场表现看,今年以来投资于美国、全球股票的QDII表现相对出色。银河证券数据显示,截至11月6日全球型QDII、成熟市场QDII和债券类QDII获得正收益。

从单个基金看,截至目前今年已有14只QDII净值增长率超10%,大多数在全球型和美股指数基金中。

这其中,部分QDII基金长短线业绩均表现优异。以工银瑞信旗下QDII基金为例,银河证券数据显示,截至11月6日,最近一年工银全球精选、工银全球股票分别以16.17%、13.13%的总回报位居全球股票基金状元、榜眼。

长期来看,两只基金最近两年、最近三年业绩均为同类基金第一、第二名。其中最近三年的回报分别为64.02%和47.87%。

目前市场上有逾百只QDII产品,投资者应根据自身需求和风险承受能力选择适合自己的品种。具体到QDII配置上,一方面投资者应考虑基金投资的基础市场走势,另一方面也应考虑所投资市场与A股市场的相关性。

在刚刚过去的三季度大跌中,美国市场的跌幅相对小于新兴市场,三季度上证综指下跌了28.63%,标普500指数仅下跌6.94%。

三季报显示,工银全球精选和全球股票两只QDII基金均较大幅度配置了美国股票,分别达到58.28%和50.24%。以工银全球精选为例,该基金在信息技术、金融、核心消费和非核心消费等多个板块的选股表现优异。国别配置和板块个股精选使得该基金三季度业绩大幅跑赢基准(MSCI世界指数总收益)6.92个百分点。

工银全球精选基金经理在三季报中表示,未来将继续重点关注资产负债质量高、盈利增速高、估值低于市场水平、股东资本回报率高且正在上调盈利预估的公司。

中国平安为贫困孩子捐200万元 赠送跑鞋和希望奖学金

“不穿鞋的马拉松” 让更多人参与体验式公益

此次公益捐赠活动选在了上海马拉松赛事的终点,活动现场,憨态可掬的功夫熊猫阿宝、美美、懒星入壹钱包以及独具特色的赤脚跑步体验吸引了广大马拉松跑友的眼球。据了解,赤脚10米跑是中国平安专门为11月8日的公益捐赠活动加入的公益体验环节,邀请歌手平安、平安跑团成员和广大网友一起体验光脚跑步的感觉,让大家感受贫困山区孩子们没有鞋子穿的痛苦。

而此次上海马拉松的公益捐赠活动就缘起此前中国平安在网络上发起的“不穿鞋的马拉松”公益体验活动,网友只要发布一段自己赤脚奔跑30米的小视频,切身感受孩子们的不易并@一位好友进行爱心接力,中国平安就将为孩子们捐赠跑鞋。

公益体验活动发起后受到网友的广泛关注和参与,大家纷纷上传各种造型的赤脚奔跑视频并发表自己的感受。该活动也引起歌手平安的关注,他表示,对于很多偏远地区的贫困孩子们来说,他们穿不起鞋,再加上道路不畅等原因,有的孩子每天上下学都要翻过几座山,生活对他们而言就是一场“不穿鞋的马拉松”,让年纪小小的他们过早承受了很多压力 and 生活的磨练。

赤脚10米跑的体验活动结束后,中国平安集团总经理任汇川和歌手平安一起将200万元支票卡送到中国青少年发展基金会副秘书长王旭东手中。任汇川表示,中国平安这次拿出200万元,就是为贫困山区的孩子们捐赠跑鞋和希望奖学金,让他们不仅能快乐学习,还能快乐奔跑,对未来充满憧憬和希望。未来,中国平安也将持续投入公益活动,关注社会,贡献爱心。

跑步倡导低碳生活 持续践行企业社会责任

在跑步逐渐风靡的今天,中国平安也在积极践行绿色低碳生活。平安人寿首倡“新生活运动”,通过组织一系列以“健康行走”为特色的活动,为客户及家人带去健康简单的品质生活,让整个社会充满生机与活力。平安产险与服务于国内各大马拉松及长跑赛事的专业APP软件“马拉松拉”签署战略合作协议,打造“跑友金融生态圈”。

任汇川在公益捐赠活动上还提到,中国平安的公益理念是“专注为明天”,一直以来,公司积极履行企业社会责任,在教育公益、环境公益领域持续投入了20多年,捐赠金额近亿元。据悉,截至目前平安已在全国范围内援建了112所希望小学,并定期开展支教行动,关注边远地区儿童的全面发展;连续12年开展大学生励志计划,鼓励青年进行学术创新、全面提升核心竞争力,累计为5,058名大学生颁发了逾1,700万奖学金。去年发起的“让爱回家”互联网公益众筹,通过互联网的力量汇聚网友的爱心,帮助逾200个留守儿童家庭在春节团圆,并为500个亲子相隔的留守家庭送出万元话费。

国务院首次提出 保障金融消费者八大权利

国务院办公厅日前印发《关于加强金融消费者权益保护工作的指导意见》,针对当前我国金融消费纠纷频发现状,提出保障金融消费者的八大权利,即财产安全权、知情权、自主选择权、公平交易权、依法求偿权、受教育权、受尊重权、信息安全权等。

近年来“存款失踪”、信用卡被盗刷等现象时有发生。对此《意见》提出,金融机构应当依法保障金融消费者在购买金融产品和接受金融服务过程中的财产安全,采取严格的内控措施和科学的技术监控手段,严格区分机构自身资产与客户资产,不得挪用、占用客户资金。

针对不少金融机构以夸大收益、回避风险的手段吸引消费者,《意见》特别强调,金融机构应当以通俗易懂的语言,及时、真实、准确、全面地向金融消费者披露可能影响其决策的信息,充分提示风险,不得发布夸大产品收益、掩饰产品风险等欺诈信息,不得作虚假或引人误解的宣传。

消费者金融知识欠缺,容易被“忽悠”也是金融纠纷频发的原因之一。《意见》要求金融机构进一步强化金融消费者教育,开展广泛、持续的日常性金融消费者教育,帮助金融消费者提高对金融产品和服务的认知能力及自我保护能力,提升金融消费者金融素养和诚实守信意识。

发生纠纷后,消费者又常常陷入投诉无门的境地。对此,《意见》要求,金融机构应当切实履行金融消费者投诉处理主体责任,在机构内部建立多层次投诉处理机制,提高金融消费者投诉处理质量和效率,接受社会监督。

《意见》还提出,金融机构不得违背金融消费者意愿搭售产品和服务,不得设置违反公平原则的交易条件。(综合)

银监会预警“金融互助”高风险

来自银监会官网的公告显示,银监会日前对以“金融互助”名义拉拢投资人投资的行为进行了风险提示。

银监会、工业和信息化部、人民银行、工商总局联合发布的提示消息显示,近期国内多地出现以“金融互助”为名,承诺高额收益,引诱公众投入资金的行为。该类引诱投资的行为名目繁多,常见的有“XX金融互助社区”、“XX金融互助平台”、“XX金融互助理财”等,并且发展迅速、迷惑性强。

银监会称,该类组织打着“境外名人”旗号,声称以“摧毁不公正世界金融体系、打破金融家的控制、创建普通人的社区”为目标,同时妄称“经过市场检验,已在多个国家成熟运作多年,拥有全球数亿会员”等等。该类组织隐蔽性强,多由境外人员远程操控,投资款往往通过个人银行账户网银转账或通过第三方支付平台流转。

在风险提示中,银监会表示,“此类运作模式违背价值规律,资金运转难以长期维系,一旦资金链断裂,投资者将面临严重损失。”记者了解到,银监会此风险提示与当下在中国大举扩张的MMM社区极为吻合。今年5月,MMM进入中国并迅速扩张。其前身是20世纪90年代初由俄罗斯人谢尔盖·马夫罗季建立起来的MMM金融金字塔。该项目仅存3年时间,于1997年崩溃,为此他锒铛入狱。2007年5月,马夫罗季出狱,并按原有模式重操旧业。

寿险业买方市场拐点将至 新华保险摸索服务驱动型运营

国内寿险业在经历了代理人销售驱动、高利率驱动、新型产品驱动、银保业务驱动等四个周期之后,行业发展进入新一轮调整期,而未来新驱动因素的创造还需要新商业模式的支撑。从2011年就开启“以客户为中心”战略转型的新华保险,经历了“布局”、“序盘”和棋至“中盘”之后,2015年上半年公司经营业绩和态势达到历史最佳水平,其管理竞争模式的转变效果已逐渐显现。

新华保险董事长康典曾有个比喻:银行就像少林寺,一招一式,中规中矩;投行就像武当山,虚虚实实,真真假假;而保险公司就像丐帮,人山人海,大进大出。这意味着,金融业中,唯有保险从业人员最不受尊重。因此,在掌管新华保险的6年中,为了给保险从业人员找到一条有尊严的持续发展之路,康典在2010年正式确立了“以客户为中心”的发展战略。

国内寿险市场由卖方市场向买方市场转变已是必然的趋势。“现在的消费者已经不是没有保险意识了,所以最主要的问题不是让客户了解保险,而是想办法让保险去打动客户。”一位寿险公司市场部人士对记者表示,“到今天,很多传统的营销网点、银行网点的客户群体发生了巨大转变,客户逐步向线上转移,消费者保险知识比营销员还专业,如果还执着于以往的运作模式,妄图做大组织规模而不是提高单位产能,转型谈何容易?”

在他看来,转型的实质是一个公司在某一特定历史阶段根据公司的资源禀赋、经营水平去匹配时代机遇,因此,在大家狂飙猛进的时候,新华刹车聚焦客户,这就是转型。

上述新华保险相关负责人介绍,在客户管理创新方面,新华保险已经建立了“全生命周期的客户服务体系”,形成了客户服务分配机制,在队伍与客户间建立起了对应、持续的服务责任;搭建了全生命周期服务流程,使客户需求能够得到及时甚至提前响应;充分利用移动互联网技术,提升服务效率和客户体验。而在销售支持方面,公司以以往的“作业支撑型运营”向“服务驱动型运营”转变,加强运营、风控、人力、财务、宣传工作建设。

新华三季报显示,今年前三季度,新华保险实现保险业务收入946亿元,同比增长9.7%,与2015年上半年相比增速上升1个百分点,其中个险渠道业务占比已达43%。安信证券分析师赵湘怀对此指出,“就全年来看,个险渠道业务占比仍将继续提升,银保业务规模或有缩小,但会更加聚焦高净值客户,客户质量将有提升”。