

我是小小银行家

农行邵阳分行举办金融知识教育培训亲子活动

姚红

本报讯 财商是与智商、情商并列为社会能力三大不可缺少的素质。每位家长都希望自己的孩子拥有一个美好的未来,因此近年来,培养儿童财商也越来越受到重视。农行邵阳分行借助自身的优势和资源,就儿童金融知识教育和财商观念培训进行了尝试和探索。近日,邵阳分行举办“小小银行家 未来大赢家”暨理财沙龙活动,16名小朋友在家长的陪同下参加了此次活动。

此次活动安排的“我是趣味游戏王”、“我是小小数学家”、“我是小小点钞王”等游戏,小朋友们积极参与

真假币识别、零花钱该怎么花、加法运算及有奖竞猜等活动,该活动还组织家长和小朋友观看了《巧理零花钱》动画片,学习了第五套人民币知识,引导小朋友学会管理自己的零花钱,仔细花好自己的压岁钱、父母给的奖励钱等,鼓励小朋友从点滴做起、从今天做起。

除此,为结合小朋友好奇心,在农行工作人员引导和家长的陪同下,小朋友们参观了营业网点的业务功能分区,现场体验排队取号、ATM取款、点钞机点钞等农行的业务流程。

亲身体验、互动游戏、有奖竞猜等丰富多彩、寓教于乐的活动极大调动了参与儿童的积极性,家

们为孩子们的积极表现鼓掌喝彩,现场欢声笑语不断。家长李女士说:“平时没有时间给孩子讲解金融理财方面的知识,也不知道怎么去讲,今天农行举办的活动寓教于乐、乐中施教,尤其在学习和体验中,既让孩子对这些方面的知识有些初步印象,也让我看到自己孩子不少的潜力和优点。”

该行零售银行业务负责人宁浏介绍,此次活动,主要是为了培养孩子对金融知识的兴趣,让孩子们在游戏中学习一些基本的金融知识、认识和了解农行,引导儿童形成正确的理财观,培养理财意识,以帮助他们在未来的人生中实现更好的发展。



有山,有水,有石人,还有瀑布……洞口县岩山镇石人大峡谷吸引了无数探秘者的目光,不少市民前来探秘。图为6月4日,市民在石人大峡谷游玩的情景。袁进田 摄

“BrandZ 最具价值全球品牌100强”出炉 中国平安位列57居全球保险第一品牌

全球领先调研机构 MillwardBrown (华通明略)新近发布2016年度“BrandZ 最具价值全球品牌100强”榜单,中国平安凭借169.10亿美元的品牌价值,位列榜单第57位,较上一年上升11位,一举摘得保险行业全球第一品牌,并位列全球金融品牌第10名。

根据该榜单,其他位列全球金融品牌前十的企业还包括:Visa(第6位)、富国银行(第14位)、万事达(第20位)、中国工商银行(第27位)、美国运通(第34位)、汇丰(第43位)、加拿大皇家银行(第45位)、中国建设银行(第46位)和花旗银行(第56位)。

中国平安表示:随着业务持续发展,集团旗下的业务规模与品牌实力近年持续壮大。截至2015年底,集团持有核心金融公司产品的个人客户数近1.09亿,互联网用户总量达2.42亿。面对庞大的客户及用户规模,近年来,平安坚持以“专业让生活更简单”为品牌核心理念,持续改善和提升客户体验,积极致力于产品、服务及渠道的创新,同时积极履行企业的社会责任,在为客户、股东和员工创造价值的同时,不断提升集团品牌价值。本次获得这一殊荣,是对我们长期以来专注提升品牌实力的充分认可。

“BrandZ 最具价值全球品牌100强”是全球最精确、规模最大的品牌估值报告之一。自2006年首期榜单出炉至今,100强品牌的总价值已增长133%,至3.4万亿美元。

该榜单指出,近年来,保险企业不断拓展其业务覆盖面,以满足当前社会对风控的需求。2016年的榜单中,保险行业企业的品牌价值同比上升2%,至820亿美元。报告称,随着时代的发展,当今世界的潜在风险变得愈发变幻莫测且破坏性强。相比从前,如今的风险不仅包括自然灾害,还会有网络攻击和恐怖主义。在此背景下,“公对公(B2B)”及“商对客(B2C)”类的保险品牌均开始研发更多新产品,以迎合如今风险全球化且交互性强的趋势。此外,报告还指出,B2B保险企业正通过大数据及分析理论的运用来更好地理解新出现的风险,以加深其与客户的合作深度。例如,一些保险企业开始进入人力资源咨询领域,向其客户提供人力方面风险的咨询意见。

正如上述报告提及的行业新趋势,作为国际领先的个人金融生活服务提供商之一,中国平安经过多年的部署和孕育,在核心金融业务保持快速、健康发展的同时,其多项模式的创新亦开始开花结果:除在传统的“先产品,再服务”的综合金融客户经营模式取得显著成绩外,中国平安还积极探索“先服务,再多项服务,后多个产品”的创新客户经营模式,并取得显著经营效果。2015年,中国平安新增客户数达3,078万,同比增长57.8%;平安互联网用户在核心金融公司与互联网金融公司间的迁徙超过千万人次。

榜单显示,除中国平安外,同时进入本年度榜单中国企业前10位的,还有腾讯(第11位)、中国移动(第15位)、阿里巴巴(第18位)、中国工商银行(第27位)、百度(第29位)、中国建设银行(第46位)和华为(第50位)、中国人寿(第59位)、中国农业银行(第62位)等。(平安)

泰康资产:震荡债市中寻找布局机会 股市投资主抓结构轮动

如何适应中国经济增长向中高速增长过程中的复杂情况?2016年的债市、股市投资机会在哪里?在5月27日的泰康资产公开市场投资特点与方向论坛上,泰康资产相关部门负责人分别表达了对今年债市、股市投资机会的观点,强调在利率风险可控的震荡债市中寻找波段机会,在新存量博弈周期的权益市场中抓结构和轮动。同时,泰康资产公募也将推出机构产品定制、渠道产品定制、互联网场景化定制等特色服务。

国泰君安证券首席宏观分析师任泽平在论坛上发表了对于中国经济和资本市场的展望,中金公司固定收益部董事总经理张继强分析了基本面派的窘境、拥挤交易的逆袭。

债市在震荡中寻找布局机会

泰康资产固定收益投资中心负责人、董事总经理苏振华认为债市年内利率风险整体可控,震荡中寻找布局机会。

苏振华表示,从历史债市来看,传统利率周期规律是一年牛、一年平、一年熊,而2014-2015年连续两年债券牛市打破传统利率周期运行规律;2016年对债券总体仍维持低利率、高波动判断。

苏振华认为,要判断今年债市走向,主要关注四个方面:中长期经济、年内通胀、供给和市场的关系、风险点。从中长期经济来看,中国经济缺乏明显的需求支持,其中2017年房地产难以对经济形成明显支撑;从年内通胀来看,2016年二至三季度风险不大;从供需市场来看,往年的债券供给节奏是一季度低谷、二季度增长、三季度高峰、四季度回落,而今年地方债、专项金融债供给高峰分别出现在第二季度和上半年,第三、四季度回落,从长期看也能维持在相对紧平衡状态,从过往债券供给和利率年度关系看,债券供给并不决定利率涨跌方向,仅影响短期涨跌幅度,长期相关性很低;从风险点来看,四季度滞胀风险不能完全排除,从2011年以来的经验看,宏观拐点到来前利率已经开始筑顶。

权益投资关注结构和轮动

泰康资产权益投资部负责人兼研究部负责人、董事总经理颜运鹏认为,2016年没有系统性估值提升行情,在权益投资中应当抓结构,主线就“稳”、“快”,不能简单抱团取暖,应适当轮动。

他进一步阐述了他的观点。2016年宽松政策仍

在,但缺乏向上弹性,只有定点刺激;经济下台阶,结构存量调整,难以系统推升经济预期;A股整体估值合理,依然结构性偏高,但股票供给受限,估值体系难有本质变化。

颜运鹏认为存量博弈格局已是进行时。近期监管层对A股的态度趋严、求稳,政策重心在于稳定,2016年资金供需测算为紧平衡。从市场主题来看喧嚣的市场归于平静,成交额对称性降低。从资金需求看定增及解禁规模较大、产业资本净减持、两融余额持续减少、新基金地量发行、散户入场热情下降。

对未来的投资方向,颜运鹏指出,考虑到2016年可能处于偏弱势的存量博弈周期,应当关注结构和轮动。从A股主要板块“新、老、稳、快”等板块来看,在“新”的“信息化+服务业”板块跨界成长,可能存在业绩不达预期压力;在“老”的传统行业,面临供给收缩,可能带来投资机会,而长期趋势难以扭转,盈利改善程度存疑。在“稳”的平稳增长、商业模式基本固定行业中,行业集中度提升,优质企业稳定成长;“快”的高景气行业如新能源汽车、农业值得关注。

泰康公募基金推定制服务

泰康资产公募事业部市场部负责人、执行总监蔡蓓蕾分析指出,在当前的低利率下资产收益不堪负债成本之重,从公募基金的视角来看,在配置诉求上需要兼顾本金安全以及中长期收益可期,解决方案是“多资产配置(跨品种、跨周期、跨区域)+多策略债券投资”。

蔡蓓蕾指出,跨品种配置重视资产类别非相关多元化,从配置资产到配置风险,例如泰康旗下“回报”系列偏债混合公募基金投资理念,追求风险调整后收益;跨周期配置以长期资金为前提,投资具备中长期成长性的低估值公司组合,或低价蓝筹防御性公司组合,例如泰康旗下偏股混合基金泰康新机遇自去年12月成立以来仓位控制得当,有效规避了年初的市场大跌;跨区域配置重视本土与国际、发达市场与新兴市场配置,公募沪港深基金目前具备投资优势;多策略债券投资则重在静态杠杆套息,票息+波段双驱动,转债策略和国债期货套保策略等。

蔡蓓蕾还透露,泰康资产公募基金目前已实现货币基金、债券型、偏债混合、偏股混合等产品的布局,初步形成风险偏好从低到高的产品线布局。泰康公募除了常规基金品种外,在机构产品定制、渠道产品定制、互联网场景化定制方面也有许多特色服务。(泰康)