

一、 公司新闻

“2013 年夏季金融人才培养与发展研讨会” 圆满结束



2013 年 8 月 15-18 日，国瑞金融为为期 3 天的“2013 年夏季金融人才培养与发展研讨会”圆满结束。

本次活动以财富管理为主题，为大家搭建了学习交流的平台。与会的专家团队阵容强大：行业专家、专业顾问、金牌讲师齐聚，包括国泰君安总培训师耿教授、某瑞士银行中国区私人银行部门高级财富管理顾问柯老师、国瑞金融总裁李老师等；研讨会主题包括券商财富管理发展趋势，证券行业财富管理顾问培训方案，全球及中国财富管理市场发展及概览等，与会嘉宾们均反映通过分享交流受益匪浅。会中嘉宾积极参与讨论，抒发各自独到的见解和观点，整个研讨会严谨活泼，氛围热烈。

研讨会之后，20 人一行参观了广袤的大草原，喷香的烤全羊，为本次研讨会画上了一个圆满的句号。

此次项目我们邀请了涵盖银行、证券、基金等行业的众多国内顶尖金融机构 HR 管理者参会，主要参会机构有中信银行、华夏基金、国泰君安证券、安信证券、兴业证券、长城证券、方正证券、山西证券、国金证券、民族证券、东兴证券、平安集团、银河投资等机构。

国瑞金融“REITS 与商业地产融资创新公开课”在北京成功举办

国瑞金融“REITS 与商业地产融资创新公开课”于 8 月 24 日，25 日在北京成功举办。共有位来自家国内知名券商，基金公司，信托公司的专业人士参加了本次公开课。非常感谢各金融机构对《REITS 与商业地产融资创新公开课》的热心关注与支持，也非常感谢参训学员投入的宝贵时间进行学习 & 分享，使得本次课程取得圆满成功。参训机构具体如下（排名不分先后）：

- | | |
|----------|-----------|
| ➤ 巅峰智业 | ➤ 宏源证券 |
| ➤ 平安集团 | ➤ 安信证券 |
| ➤ 平安信托 | ➤ 招商银行 |
| ➤ 港润投资 | ➤ 国信证券 |
| ➤ 博时资本 | ➤ 中银投资 |
| ➤ 鹏华基金 | ➤ 建银国际 |
| ➤ 浦发银行 | ➤ 中信证券 |
| ➤ 工银瑞信 | ➤ 工商银行 |
| ➤ 招商证券 | ➤ 嘉捷资产管理 |
| ➤ 永正资本 | ➤ 安信乾宏投资 |
| ➤ 中信建投证券 | ➤ 招商致远资本 |
| ➤ 中国光大银行 | ➤ SOHO 中国 |
| ➤ 中投证券 | ➤ 华贸酒店 |

此次公开课特意请到中伦律师事务所房地产金融和 PE 小组牵头合伙人刘老师，佰仕信股权投资基金创始人陈老师，永正资本联合创始人王老师，摩根斯坦利亚太房地产投资银行部执行董事洪老师，分别就“房地产四证前融资及 REITs 法律解读”，“破解商业地产持有难题的金融解决方案”，“凯德商用发行 REITs 的经验及其对国内企业的启示”，“REITs 国际国内案例分析”等主题，为学员做了精彩的分享，平均满意率高达 92%，其中洪老师的满意率高达 99%。

国瑞金融公开课的学员通过“国瑞金融 REITs 业务讨论群”融为了一个大家庭，这是我们专门为公开课学员搭建的，在课程结束之后，继续进行交流探讨，寻求合作机会的互动平台。

感谢大家的热情参与，国瑞金融愿与更多金融机构客户共同成长！

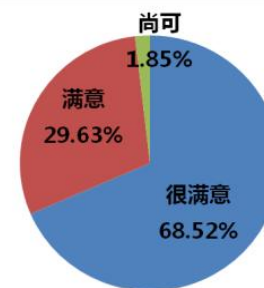




银华基金《商务礼仪》内训课在北京成功举办

8月7日，国瑞金融为银华基金成功举办了《商务礼仪》课程。由国瑞金融总裁李老师亲自为学员授课。李老师丰富全面和极具感染力的授课来源于他对商务交流及人员培养脉搏的准确把握，绝大多数学员都认为此次商务礼仪的课程思路清晰，结构合理，过程也很生动。课中学员在李老师精彩的授课与互动下情绪高涨，现场气氛十分融洽活跃。课后学员们纷纷表示，经过此次课程，学习到了相当多微小却又十分重要的社交礼仪细节，很好的完善了自身在商务交往行为中的个人修养和素养。并且在此前提下，更有信心妥善地处理商务交往行为中的各种突发情况，在一定程度上提升了自身的危机应对能力和大局观。

李老师的课程满意率高达 98%。



平安信托《财务报表分析》内训课在深圳成功举办



8月7日，国瑞金融为平安信托成功举办了《财务报表分析》课程。我们邀请到某知名券商研究部财务与估值组首席分析师林老师为学员分享，课程内容包括会计信息解读技巧，三个“代表”，“表”面文章，由“表”及“里”。从不同的侧面分层次的为学员构建了一个财务报表分析的知识理论金字塔。并从实际案例出发，在理论的基础上更进一步地解释了财务报表分析在工作业务中的运用。学员反应非常好，认为经过此次的内训课，基础知识得到了很好的加强和完善，收获颇丰。

林老师本次课程的满意率高达 97%。



中国民族证券
China Minzu Securities

民族证券《债券市场基础及投资管理》及《衍生品基础知识、交易及营销》内训课在北京成功举办

8月10、11日，国瑞金融为民族证券成功举办了《债券市场基础及投资管理》及《衍生品基础知识、交易及营销》的内训课程。本次课程，我们分别邀请到国内某商业银行市场风险管理部门资深博士李老师及某著名跨国投资银行资产管理部董事、风险主管林老师来为学员分享债券和衍生品的相关知识。李老师拥有近9年大学教师经验，同时也有大量的企业培训经历，有丰富的讲授经验，并以其授课的思路清晰、逻辑严谨、表达流畅、视野宽阔、旁征博引而深受受众好评。而林老师对各类金融产品以及衍生品有很深的见解，掌握交易规则以及产品设计原理，熟悉定价方法，并在业余担任金融培训机构的高级培训师，迄今为止共教授CFA、FRM课程百余次。并为工商银行、中国银行、中国人寿等企业讲授了多次内训和公开课，并为多家信托公司讲授过资产管理业务课程。

本次课程中，两位老师分别就自己精通的领域分享专业知识，学员均表示经过此次课程，专业基础知识得到了很好的巩固和完善，并从老师分享的案例中学习到了很多行业中的基本规则和运作规律，为之后的业务发展奠定了良好的基础。

两位老师的满意率分别为91%、98%。国瑞金融在此特向所有的学员表示感谢，我们会努力做到更好。



中信银行《乐在工作——塑造阳光心态》内训课在大庆成功举办

8月10日，国瑞金融为中信银行哈尔滨分行成功举办了《乐在工作——塑造阳光心态》的内训课程。我们邀请到著名心理行为训练专家，职业心理咨询师，高级培训师，心理咨询师梁老师为学员展开分享。课堂上梁老师以国际化的课程结构，本土化的鲜活案例，互动式的精彩呈现加之其授课的深入浅出，旁征博引，从多方面为学员提供了改善心态的方式和方法。通过活跃的互动，让学员们在感同身受的情形下理解他人，体谅他人，从而学会带给自己正确的心态和情绪处理途径。学员们表示梁老师的整个授课过程在让人感到十分愉悦的同时，内容也较实用并且吸收效果很好。

本次课程梁老师的满意率超过了99%。



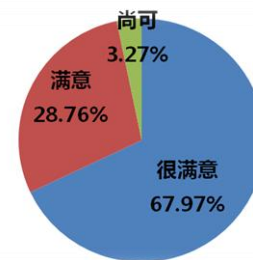


中国民族证券
China Minzu Securities

民族证券《投行业务系列培训》内训课在北京成功举办

8月18,19日,国瑞金融为民族证券成功举办了《民族证券投行业务系列培训》的内训课程。本次课程邀请到了曾在高盛(GS:US),美林(BAC:US)和摩根大通(JPM:US)工作过的有着20多年金融行业从业经验的国瑞金融金牌讲师李博士。作为高盛的前执行董事,李老师专注于奇异衍生品,风险管理,阿尔法策略,对冲基金产品,提供针对亚洲地区(包括中国大陆)保险公司,银行和企业的资产负债管理解决方案。自从回到学术界,李老师不仅为中国的行业监管机构提供咨询和培训服务,如中国证监会和中国保监会,也曾为三十多家国内金融机构提供咨询和培训服务。在本次课程中,李老师从银行家的综合交易,企业风险管理,对冲交易会计处理三个方面与学员们展开分享。从学员的反应来看,李老师的课程非常具有启发性,宏观来看,李老师所表达的独到见解以及揭露的行业鲜为人知的方式规律很好的体现了大投行,大混业的发展趋势下未来的业务发展思路,对未来的工作提供了很好的参考和借鉴。微观来看,学习了外资银行的专业分工,内部资源共享的模式;了解了结构化产品及其有效的风险对冲等创新业务工具手段以及交叉销售联动机制。与此同时,李老师天马行空的发散思维和信手拈来的大量相关实际案例也在学员心里留下了深刻的印象。

李老师的课程满意度达到了96%。



二、公开课预告

国瑞金融“解读光大事件 - 量化投资与风险管理”创新公开课

时间: 9月14日-15日

地点: 北京

课程背景

量化投资在海外的发展已有30多年的历史,其投资业绩稳定,市场规模和份额不断扩大、得到了越来越多投资者认可。近几年国内一些行业的先行者在策略量化交易上进行了积极的探索,研究与尝试。由于国内在此领域尚属起步阶段,对资本市场众多参与者来说,量化投资依然披着一层神秘的面纱。

2013年8月16日的光大乌龙指事件震惊了整个中国资本市场,甚至海外的媒体也多有关注。光大事件揭示采用新技术导致风险离我们并不遥远,也并不是美国等发达市场的专

利。什么是量化投资？什么原因导致了这种风险？采用什么措施可以避免、防范和降低这种风险？未来中国的量化投资会怎么发展？这些问题成为目前监管机构、金融公司和从业人员极为关注的重点。

为了解读这些问题，国瑞金融特邀请国内顶尖专家，具有多年华尔街量化投资与风控经验、曾任职于摩根斯坦利等多家国际投行的Samuel博士、中国量化投资学会理事长丁鹏博士，专门开设《量化投资与风险控制》创新公开课，深度揭秘量化投资背后的秘密。

课程亮点

- 业内权威专家讲授，两位老师均具有丰富的量化研究、投资、和风控经验，以“光大事件”为切入点，全方位，多角度解密量化投资和背后的风险；
- 课程内容涵盖“光大事件”及国际国内重要案例的解读，深入探讨量化投资的策略设计和风控要素，及公司层面、策略层面、和产品层面的各级风控措施；
- 培训内容系统、专业，除宏观解读外，讲师还将讲授量化对冲模型，策略组合模型等专业知识，帮助学员切实掌握量化投资及风险防控操作方法；
- 公开课旨在引发创新思考，提供操作指南，为业务团队提供业务交流、拓展专业人脉的良好平台。

谁应该参加

- 证券及基金管理公司：风险管理部、投资策略部、量化投资部、资产管理部、市场部；
- 保险公司：资产管理部、风险管理部；
- 资产管理公司：投资部、风险管理部；
- 金融监管部门

讲师简介

Samuel 博士《量化投资、程序化交易及风险控制要素》及《风险案例及风控最佳实践》

超过十年华尔街量化、套利、和对冲工作经验，曾任职Morgan Stanley, Lehman Brothers 等美国多家著名券商以及对冲基金，任职分析师、策略师、基金经理，管理5亿美元对冲基金资产。具有量化分析、程序化交易、基金管理方面的丰富经验。

现任职国内某大型著名券商董事总经理，主要负责量化研究和交易及关联创新。

丁博士《光大事件解读和公司、策略层面风控措施》及《产品层面风控措施》

中国量化投资学会 理事长

丁博士是中国量化投资领域研究的先行者，开拓者，2012年进入是方正富邦基金，从事量化对冲产品设计与投资。2008年进入东方证券金融衍生品总部，任投资经理、全球量化策略小组负责人，团队管理资金超过10亿。他同时还是多个基金公司、阳光私募和海外对冲基金的特别顾问，影响资金超过100亿。他的著作《量化投资》是中国第一本介绍量化投资策略方面的教材，量化投资的奠基之作。全书用60多个案例，详细阐述了选股、择时、对冲、算法交易等核心量化策略，业内人士誉为量化投资的‘圣经’

课程费用

费用：5800 元/次 时间：2 天 授课地点：北京

注： 同一公司三人以上报名，享受九折优惠；

该费用包括课程费、教材费、茶歇；不含差旅费、住宿费

预约该项目请致电：010-58205340 转 8005,联系人：于海洋

为了帮助国内券商，基金，银行等金融机构及时了解国瑞金融公开课，内训课，以及海外培训项目的最新情况，并帮助从业人员及时了解行业热点，我们开通了新浪官方微博“艾森国瑞咨询”，欢迎关注。

同时我们的微信公众账号“国瑞金融培训”也正式开通了，我们会定期向微信群好友推送最新的课程信息和行业资讯，欢迎扫描下面的二维码，精彩内容，不容错过！



三、行业动态

1. 证券行业

宏观经济企稳 128 只破净周期股等待“重生”

8月5日以来有色金属和煤炭股平均涨幅达7.6%和6.8%，常铝股份以52.2%的涨幅居首

8月16日，星期五。极富戏剧性的一幕打破了大盘的宁静。

上午11:05，上证50指数成分股突然被巨单疯狂拉升。2分钟后，上证50成份股几乎全线触及涨停。

这一瞬间，上证综指碰到了2000点，涨幅高达5.62%；上证50指数涨幅更接近8%。

一时间，“沪深300将于9月1日起T+0”、“大市值蓝筹股将公布优先股方案”等传言满天飞。不过，一则“光大证券的史上最大乌龙指”的传闻和光大证券的随后的公告，让市场很快便重归平静。

下午开盘后，指数快速回落并翻绿。截至收盘，这天注定是被载入史册的一天。但研究小概率事件毕竟意义不大，本期交易的重点依旧是探讨周期股和成长股的风格切换。

同一天，成长股的代表创业板指数尾盘跳水，收盘大跌3%，阶段性调整渐行渐近。投资者更关心的是，周期股又能否迎来“重生”的机会？

“从宏观经济来看，欧美经济有企稳迹象，但中国中长线还很不明朗，所以周期股还难以形成系统性的大机会。”曾任某大型公募投资总监的一位著名私募表示，“但在中国经济短线企稳背景下，阶段性反弹是有可能的。”

宏观经济企稳

由于有色金属、煤炭等强周期行业与宏观经济息息相关，因此考察周期股能否“重生”，关键是看宏观经济数据和影响宏观经济等重大事件。

7月份以来，高层频频提出“经济增长下限”，“稳中有为”、“稳步推进城镇化发展”等观点，为宏观经济的稳步发展定下了基调。

从近期陆续公布的一系列经济数据来看，宏观经济也开始出现了短线企稳的迹象。

首先在PMI方面。近日官方公布的PMI数据为50.3，同比增长0.2%，超出市场预期。具体来看，需求端订单回升、生产端生产指数显著反弹、采购端采购活动增加，三环节均改善。

此外，8月9日公布的7月工业增加值同比涨幅9.7%，比上月8.9%显著反弹，远超之前市场预期；环比涨幅0.88%，为14个月来的最高。工业增加值季调趋势项环比自2013年3月触及最低点后，显著反弹。从月度走势来看，工业增加值呈现出一个明显的“双底”走势，反弹趋势明显。

另一个宏观经济的重要参考指标——发电量，7月份也出现明显反弹：数据显示，7月发电量同比增长8.1%，远高于6月6%的水平，发电量环比继续反弹，且发电量缺口

出现了显著的“双底”反弹，发电量的周期波动与短周期相关性非常大，虽然7月数据显示的产出缺口仍未出现反弹，但触底已经是非常明显。

美中不足的是，7月份CPI和PPI分别为2.7%和97.7%，表现差强人意。

“CPI及PPI低于预期，但PPI环比改善仍可持续；上游行业环比反弹，对总体PPI环比已经出现反弹，意味着需求回暖，短周期反弹；利率水平在经历6月中下旬的扰动后，已经显著回落，但总体的资金成本中枢已经抬升。”对此，中信建投证券首席策略分析师周金涛仍旧比较乐观。

除宏观经济数据的企稳，影响经济的两大不确定因素——六月底的“钱荒”和七月底的“地方债黑洞”事件也渐渐平息，经济也得到了喘息的机会。

根据记者统计，截至8月16日，两市破净个股共152个，其中周期股占了绝大多数，达128个。黑色金属（钢铁）行业尤为惨烈，破净的个股数超过20个，其次为化工。

不过在最近两周，以有色金属、煤炭和部分化工股为首的周期股突然轮番崛起，而创业板成长股阶段性调整趋势则越发明显，上周就已经提出的阶段性风格转换格局越发清晰。

产品涨价助力反弹

周期股中的有色金属率先崛起，事出有因。

自8月7日以来，国际市场上大宗商品集体迎来一波反弹，持续时间已接近两个星期。具体品种来看，期间LME锡3个月的反弹幅度已接近20%、LME铝3个月、LME铜3个月等主要品种反弹幅度也都在10%以上，均创下了2个多月以来的新高。

本轮反弹中最耀眼的有色金属子行业当属稀土，而稀土价格自7月底以来反弹幅度也比较大，部分中重稀土的反弹幅度已超过30%。

仔细观察可发现，周期股的反弹节奏感很强。

二级市场上，率先反弹的是稀土概念，其中五矿稀土7月4日起就已开始走强，一个月之内涨幅翻倍，龙头包钢稀土的涨幅也超过了50%。

此后接过领涨大旗的是有色金属中的常铝股份。受国际铝价的持续反弹和稀土概念股持续大涨的刺激，8月9日起常铝股份连拉四个涨停板，4天涨幅超过50%，刺激有色金属股连续大涨。

不过，机构显然对这种阶段性行情不太感兴趣。

龙虎榜数据显示，常铝股份4天的涨停交易中买卖前五席位均为清一色的游资，中信证券福州连江北路证券营业部2进2出4次上榜，属典型的涨停板一日游。

随后，周期股上涨的接力棒交到了煤炭股手中。

8月12日，煤炭股突然全线暴动，逾10只煤炭股涨停，煤炭板块平均涨幅接近8%，与有色金属一起再次上演“眉飞色舞”。

此外，部分有产品涨价预期的化工股如安诺其涨幅也非常可观。

行业数据显示，在下游并没有明显改善的情况下，公司主营业务分散染料价格从年初17000元/吨上涨至26000元/吨，并且在七月传统淡季时依然能维持高价。

统计显示，8月5日以来有色金属和煤炭股平均涨幅达7.6%和6.8%，大幅跑赢同期上证综指不到2%的涨幅。

在周期股反复走强的同时，创业板成长股却黯然失色。8月16日，创业板指数尾盘跳水，收盘大跌3%，阶段性调整趋势愈发清晰。

“创业板的下跌空间不大，因为这个市场喜欢听故事炒故事的人多，新股不放，供应少，跌幅有限，而且创业板的下跌对大盘不会有什么影响，周期蓝筹股阶段反弹很正常。”

一位大型公募基金投资总监表示。

“周期性股票的风险下降，市场有望青睐周期性股票。国内需求回暖，特别是外围市场需求开始增长，周期性股票的基本面预期将得到改善。我们预期，周期性股票在 8、9、10 月将上涨 30%以上。” 西南证券李双武对未来数月周期股的阶段性行情较为乐观。

“短期周期上行的逻辑难以证伪，但空间不大。” 对于周期股，申万王胜则略为谨慎，“能涨价的稀土、部分化工品和水泥等周期中的“高富帅”，可以适当关注。消费依旧是下半年核心配置，也是我们战术加仓的重点方向。”（来源：2013 年 8 月 19 日 中国经济网）

2.银行业

银行入驻微信 网络金融燎原

“余额宝和信用支付看起来与银行有所冲突，是因为余额宝把客户存款转换成了货币资金。用户是银行最重要的资源，而余额宝试图绕开银行，所以让银行感到威胁。”

渐成燎原之势的互联网金融，让一直躺着赚钱的银行，其活力似乎在瞬间被激发。而微信平台，俨然已经成为银行免于沦为互联网金融时代“恐龙”的救星。

阿里巴巴在 6 月份推出了“余额宝”，而随后传统银行也有了动作，7 月份招商银行推出“微信银行”，工行也在上周宣布，正式推出微信银行服务。不到一个月的时间里，已有十余家银行，将部分业务或服务搬到了微信平台。信用卡账单查询、信用卡申办、还款、各种生活信息搜集，微信平台已经被各家银行当做替代传统业务手段，并掌握主动权、获取客户的全新营销平台和渠道。

而这远非银行选择与微信合作的全部原因。在接受《第一财经日报》采访时，中信银行信用卡中心一位高层不止一次提及微信将对银行的“颠覆”。“微信 5.0 推出以后，发生了一些变化，从表面看，是把一些工具加进去了，但背后更多的是一些颠覆性的东西，就是我们讲的情景销售，而这是传统银行最缺乏的。”他说，随着这种应用的推广，银行的业务模式，将发生根本性的变化。

入驻微信

8 月 12 日，平安银行的对公业务平台正式上线，这是国内首家推出公司业务微信平台的银行。在此之前，该行已经推出了信用卡微信平台。而在平安银行之前，包括工行、交行、招行、中信等多家银行已经先后推出了微信平台。其中工行、招行等还将微信平台升级为“微信银行”。

“各家银行现在都在采取措施拥抱互联网，这是大势所趋。” 中信银行信用卡中心一位高层说。

虽然各家银行的微信平台功能和服务内容各不相同，但从定位角度来看，这些平台已经俨然成为银行的替代传统业务手段的营销平台和客户服务手段。

“这实际上是我们服务渠道的延伸，和微信联合，把信用卡和一卡通的功能搬到微信平台上去了。” 招行零售业务部门高层介绍，除了借记卡账户查询、转账汇款、信用卡账

单查询、信用卡还款、积分查询等多种功能外，还可以查询招行网点、贷款和办卡申请、手机充值、生活缴费、跨行资金归集等多种服务。

在接受采访时，中信银行也明确表示，微信平台首先是服务渠道，近期，其微信平台将从账户服务为主延伸到用卡服务，并成为线上商户和线上客户连接的纽带，未来将对服务内容、方式、业务种类等进行探索。

在推出信用卡微信平台时，平安银行就表示，将作为其信用卡业务服务渠道的延伸。虽然尚不具备支付功能，但却具有账单、额度、积分、账户信息一键查询等多项服务。此外，其对公微信平台，也具备查询、产品展示、商机对接等功能。

实际上，各家银行还赋予了微信平台更为重要的使命。如平安银行，在推出对供方业务微信平台时，平安银行就表示，该平台是“把线下业务快速迁移线上”策略的重要一步，并承担建立与完善线上金融移动平台的重任。

某券商研究人士认为，由于线上金融主要采取批量化、集约化处理模式，所以银行传统的柜面服务终将被微信金融平台所替代。届时，客户与银行柜面人员无需会面，通过手机定位导航服务与社交网络完美结合，银行可随时随地为客户提供综合性的金融、商务服务，这是银行将服务搬到微信平台的主要原因。

与狼共舞

继余额宝之后，有消息称，阿里金融近日计划推出信用支付服务，用户使用支付宝付款不再捆绑信用卡或者储蓄卡，而是可以直接消费，最高额度为 5000 元。而早在今年 3 月，阿里金融就曾披露，支付宝将根据用户交易数据，对用户进行授信。这引起了各家银行的高度警惕。

某券商研究部门主管向本报记者分析，在以前的电子商务模式中，银行主要承担支付结算的角色，处于服务链条的末端，因此比较被动，而银行更希望从客户源头切入，通过微信平台将银行服务贯穿于整个业务过程，从而实现融资、结算、理财等全链条服务。余额宝额度模式，无疑动了银行的“奶酪”。

而在微信平台开通支付功能后，银行的反应却截然相反。上述招行人士说，余额宝和信用支付看起来与银行有所冲突，是因为余额宝把客户存款转换成了货币资金。“用户是银行最重要的资源，而余额宝试图绕开银行，所以让银行感到威胁。”她说，和微信合作，最后绑定的还是银行账户，不会造成银行存款流失。

中信银行信用卡中心也称，微信平台作为一种沟通渠道和工具，虽然具有支付功能，但并未改变信用卡运营的基础模式，客户也还归银行所有。

而财付通总经理赖智明此前就曾表态称，在合作过程中，资金都在银行账户，而且第三方支付和银行同享有客户资源，接口也是通过银行获取，并且还会向银行支付成本。这一模式或将获得银行支持。

微信的用户量亦为银行所觊觎，被视为一个重要全新的获客渠道。中信银行信用卡中心也表示，通过与微信结合，可以为客户提供使用信用卡的情境体验，从而拉近与客户的关系。

实际上，通过与微信平台合作，银行还能获得显而易见的好处。上述招商人士称，以前客户办理业务必须去网点，但现在在微信上就可以处理，节省了大量时间，银行也节省了大量的成本。

中信银行信用卡中心人士亦称，其信用卡微信平台定名为“包打听”，意思就是涵盖持卡人的衣食住行等与生活息息相关的内容。客户从申请、持有到使用信用卡的过程中有大量的信息交互。“如果提供的服务正好切中非持卡人的需求点，非持卡人可以慢慢演变成持卡人。”该行人士称，借助大数据为客户提供更个性化的服务，还可以借助这些平台更

全方位地展示银行的品牌。

不过，随着先后与保险（放心保）、基金等机构结盟，微信平台对银行的威胁仍然存在。赖智明此前接受采访时就曾表示，除了银行之外，其将和微信平台合作开通保险支付功能。

对此，上述业内人士认为，互联网金融的特点，就是起步时通常选择一些相对较为弱小的机构合作，从而发现、培育市场机会。作为互联网企业，在强调收益的时候，却有意无意忽视风险，而且目前监管缺位，短时间内产品设计能力不足的问题也难以解决。在合作中，将会是一个互相融合的过程，“谁把客户服务好了，谁就会胜出，不存在“谁怕谁”的问题。”

情景商机

在业内人士看来，微信平台之于银行，其价值远不止充当销售渠道和平台，而是意味着银行业务模式将因此而发生重大改变。

上述中信银行信用卡中心高层称，如果仅仅把银行搬到微信平台上，把微信平台当做一个营销的渠道和平台，是误解了客户。微信的本质是做联结，亦即人与人之间的交流。微信 5.0 推出后，出现的“情景销售”模式，将会对银行的业务产生颠覆性的影响。

以信用卡为例。该行解释，信用卡是一种生活方式；微信是一种社交和资讯传递方式，也是我们的持卡人便捷地获取用卡服务、用卡资讯的全新渠道。这在基于 LBS 定位服务上，已体现得非常明显。这种通过通讯运营商定位移动用户端客户，从而为客户提供基于位置的服务+银行专属优惠定制、权益转移+朋友圈分享功能，非常契合信用卡用户极致体验的场景。

“微信在线上线下都可以实现情景化支付，这种情景是银行很难营造的，这才是对银行最大的挑战。通过与微信合作，改变了银行冷冰冰的印象，这是一个颠覆性的变化。”他说，尽管银行提了很多年的情景销售，但并未形成完整的体系。而这种改变，将促使银行的一整套服务发生根本性的变化。

这几乎已是银行业的共同看法。招行也称，希望把微信银行打造成为金融服务的门户。移动终端的一大特点就是个性化，基于个人的大量个性化信息，以及朋友圈子的人格化关系，无疑将会对广告营销、网络购物甚至金融借贷产生深远影响，各种商业模式也将涌现出来，从而产生大量机会。

上述招行人士说，这种机会首先就是数据的积累。在合作的过程中，对大数据的深入挖掘应用，才是最核心的内容。“阿里巴巴进入互联网金融，就是因为商品销售的过程中，积累了大量数据，从而掌握了客户的核心信息。”

中信银行信用卡中心人士也表示，微信平台上绑定的客户，是一个可以看见的真实的人，甚至何时何地消费，银行都能尽收眼底，除了开展业务的便利，还蕴含着各种各样的机会，未来会更多地应用到大数据。

现实考验

对于各家银行来说，和传统的方式相比，互联网金融从理念、技术到服务模式，和传统方式完全不同。而这使习惯了传统业务手段的商业银行，面临现实的考验。

某券商研究部门主管认为，线上金融，所有的支付、营销流程都必须实时在线完成，这些都对银行的产品服务、支付流程、营销流程、业务流程再造提出了很高的要求。而这

意味着，各家银行需要对现有业务进行重构。

中信银行亦称，今后随着微信使用场景的扩大，银行的服务能力和产品设计都会迅速地响应、快速迭代。

前述招行人士认为，目前来看，微信等网络平台只是进行理财产品、信贷销售，没有出现全新的商业模式，但在具体业务上，却要尽量满足客户的个性化的需求，这就要求银行具备全方位产品创新的能力。

“谁能更快、更好、更安全地服务客户，谁就能活到最后。如果不注重流程和产品的改善，只注重风险控制，恐怕都难以活下来。”她说。

中信银行也称，随着将服务逐步搬上微信，现有的业务流程和产品都会重新审视，我们会从各个角度优化调整以确保该渠道客户体验的最优化和风险控制的平衡。

目前，该行已对现有业务进行了种种改造，银行已对信用卡产品设计、卡片申请、审批、用卡服务、客服、支付体验等环节进行了改造，增加了网络支付累积积分的特色权益，并在网络申请信用卡的环节，提供了 PC、WAP、客户端等多个信用卡申请平台，形成了集电话、网络在线客服、客户端、微博、微信公众账号于一体的整合服务平台。（来源：2013 年 8 月 16 日 第一财经日报）

3.保险行业

策划一站式服务 险企将微信账号定位为第二官网

众星云集的互联网大会已经结束，互联网巨头盯准金融的同时，金融机构不敢放过互联网。而移动互联中，最受关注的微信 5.0 版具备了支付功能，这为其实现电子商务扫除了最大障碍。随之，各大商家也不得不将微信投来更多的目光，保险公司也不例外。

据记者了解，目前多家保险公司已在微信公众账号开设官方微信，寿险公司借由微信平台提供的服务还仅限于发送消息，如本公司的相关新闻或保险行业的重大新闻等，保险产品在线销售功能还未实现，不过相关工作已经在筹划、测试阶段。

“微信是营销的绝佳手段，我们将其视同为第二官网，接下来重点会在微信上有系列动作。”弘康人寿负责人称，其目标是用户通过微信可以实现查询账户信息、保单操作等全部功能。

现状：

低调的测试阶段

记者近日在微信公众账号平台搜索“保险”及“人寿”字样发现，继产险公司后，不少寿险公司已经入住该平台，开设了官方微信账号。不过，各寿险公司的产品在线销售还未实现，只停留在内容推介及测试阶段。

以网销业务发展较快的三家公司为例。国华人寿在其历史消息中仅有4月27日发布的“关于理财宝常见问题的集中回复”一条内容,对这一产品的投保还不能通过微信实现,只能跳转到天猫页面操作。

合众人寿的官方微信则只是即时更新该公司的相关新闻,记者未找到其推介产品的信息。

弘康人寿的历史消息包括该公司的相关新闻及保险业的重大新闻。其微信账户还提供了“宝盈一号”产品的介绍,与国华类似,投保环节也须借由天猫平台实现。

弘康人寿电子商务部总经理助理周宇航对记者称,“投保须跳转到互联网页面”是因为其在微信上的推介还仅仅处于测试阶段,相应的产品还没有上线。“目前关注弘康微信账号的有几百人,但我们还没有任何推广活动、纯粹处于测试阶段。”他称。

弘康人寿成立于2012年7月,凭借在淘宝网销售的几款产品,其已成为继国华之后,寿险公司互联网业务的领军者之一。今年上半年,弘康实现保费收入3.7亿元,其中网销占比超过50%。

设想：

全功能的第二官网

由于微信平台“太新了”,包括中国平安在内的几家保险公司以“尚不确定”、“还未取得突破性进展”为由,婉拒了记者关于微信平台相关问题的置评。不过,几家敢于“先吃螃蟹”的保险公司向记者坦露了他们对微信的预期。

“我们对微信的预期蛮高的,我甚至将其视为公司第二官网。”周宇航表示。在周宇航眼中,相较其他网销平台,其通过微信与客户的沟通交流更加顺畅,弘康更看重微信上佳的营销手段功能。基于此认知,接下来,弘康会重点针对微信采取系列动作,最终实现查询账户信息、保单操作等全部功能。

“目前我们的微信账号已经实现对保单的在线支持、保全,如果有保单现在已经可以查询保单价值信息了,但在线销售还没有推出。”周补充道,基于客户的考量,与淘宝网等互联网平台销售的保险产品相比,微信保险产品没有太大区别。

此外,从国华人寿的微信认证内容,也可以窥见其在微信平台的未来规划。“您可以在这里了解到最新的保险理财动态,您也可以在这里在线投保、查询保单、在线领取……”

尽管未如弘康一样对微信有如此高的明确定位,但记者采访得知,目前合众人寿也设立了专门负责微信平台工作的部门,下一阶段其会在微信平台推出产品销售内容。

同时,合众人寿新渠道部负责人对记者表达了相对保守的观点。“据我了解,微信支付功能的每笔支付上限是一万元,大额的保单支付实现不了,目前看,保单销售可能会受限。”(2013年8月16日 来源:港澳)

4.基金行业

放大杠杆创造交易价值 行业指数分级基金渐成气候

从房地产行业指数、资源指数，到医药指数、有色指数分级基金，今年来行业指数分级基金渐成气候。

从目前实际运行情况来看，分级基金投资者以交易型为主，希望通过对市场的准确判断来放大投资收益。在业内人士看来，单一行业指数的判断难易程度，远远低于复合指数或市场整体指数，这既利于投资者交易，也优于其他分级基金。

行业指数分级基金扩容

行业指数分级基金不断扩容。昨日，国泰国证医药卫生行业指数分级和基金信诚中证 800 有色指数分级双双进入发行期。而与此同时，信诚中证 800 医药指数分级基金发行日期还剩最后一周。

信诚医药分级、信诚有色分级拟任基金经理吴雅楠对此指出，若某一行业股票走势被广泛认可，选择相应的行业指数基金，是一种很好的投资方法。特别是当市场处于震荡市时，充分利用分级基金的独特结构化分级，从而给投资者创造交易性投资机会。

值得注意的是，医药、有色金属行业均面临难得的投资机遇。信诚医药分级跟踪中证 800 制药与生物科技指数，该指数今年前七个月涨幅达 27.13%，超越同期上证综指 39.26%。长期来看，从 2005 年初至今年 7 月底涨幅更是同期大盘的 9.5 倍。对此，吴雅楠指出，在人口老龄化和医疗改革深化的背景下，医药板块长期看好；而初始杠杆为 2 倍的信诚医药 B 更提供了投资医药的杠杆工具产品。

对于信诚有色分级基金而言，该基金跟踪中证 800 有色金属指数，分离出两类基金份额：信诚有色 A 份额与 B 份额，其中 A 份额的约定收益率为一年期银行定期存款年利率(税后) + 3.2%，适合稳健投资者；B 份额初始杠杆为 2 倍，在指数上涨时可有效放大收益，适合风险承受能力较强的投资者，从而满足不同投资者需求。

吴雅楠指出，目前有色金属板块估值已到历史低位，配置价值凸显。若有色板块出现结构性机会，可逢低吸纳。而作为宏观经济风向标的资源板块中的有色金属行业，更具有强波动性。当市场出现上涨行情时，有色金属板块能迅速反弹，更加助长了信诚有色 B 份额的杠杆特征，从而为投资者提供了一个波段操作、杠杆投资和套利交易的有效工具。

利用外加杠杆放大收益

对于行业基金而言，由于投资范围有限，基金经理大多只能在投资仓位上进行调解，以换取相对行业指数的超额收益，而很难发挥选股能力优势。而行业指数基金的吸引力在于操作的透明性以及对市场走势反映的快速性。由于指数型基金产品的股票仓位一直持续维持于较高水平，在行业牛市来临时，指数型产品的涨幅跟上指数的概率更大，反映更快。

因此，对于行业投资基金而言，行业指数基金有着一定的优势。如果投资者有经验判断某一行业股票的走势，适当选择行业指数基金，是一种不错的投资方法。不过，行业指数的涨幅未必能够高于行业内股票的涨幅，简单的行业指数基金对投资者而言的实际吸引力不大。

对此，摩根士丹利华鑫基金规划发展部王峰认为，可以适当发展系列化分级型行业指数基金，以在市场处于震荡或熊市时，利用外加杠杆放大作用而使收益大幅波动，给投资者创造交易价值。

在其看来，“从目前实际运行情况来看，分级基金投资者以交易型为主，希望通过对市场的准确判断来放大投资收益，单一行业指数的判断难易程度，远远低于复合指数或市场整体指数，更利于投资者交易，所以成交量和受欢迎程度，会优于其他分级基金。”

当然,分级型行业指数基金也有一定风险,由于行业风险不可回避,所以在市场下跌时,投资者只能以赎回应对,而难以借助基金经理在资产配置上的经验。因此,分级型行业指数基金可能在一定程度上更适合较为成熟的投资者。(2013年8月6日 来源:上海证券报)

五、微信 5.0

微信 5.0 版推支付功能 倒逼金融机构纷纷加盟

2011年初,腾讯推出语音聊天工具微信。之后的时间里,微信迅速扩张,两年内用户数量突破3亿,而这一数据在近期被刷新成4亿。事实上,微信的发展不仅局限于用户数量的增长,在广度上,微信早已铺开一张大网,将业务触及众多领域,其在金融领域的发展更是撼动了传统金融业,倒逼传统金融机构的不断创新。

昨日,微信 5.0 安卓版将上线,苹果手机已经抢先一步于4天前上线了新版微信。手机软件的更新是人们日常中不起眼的小事情,但是新版微信能引起如此大的轰动,与其推出的微信支付不无关系。这预示着微信向金融领域的进一步扩张。

互联网金融热闹非凡 微信支付或延伸至民生支付领域

今年6月,支付宝推出余额宝理财工具,此后市场上不断涌现各种“宝”字辈的理财产品。近日,苏宁易购也按捺不住,正在申请基金支付牌照,欲抢占一席之地。互联网金融一时间热闹非凡。

日前,拥有4亿用户群的微信推出了微信支付。据腾讯公司介绍,微信支付由腾讯公司知名移动社交通讯软件微信及第三方支付平台财付通联合推出的移动支付创新产品,其中的支付和安全系统由腾讯的第三方支付平台财付通提供支持。

据悉,截至目前,微信支付初步可实现的应用场景包括公众号支付、扫二维码支付和App支付。目前包括微团购、麦当劳、QQ充值等微信公众号已可通过微信支付进行交易。首批上线的商户将涵盖电商的多个细分领域,包括机票预订、网购、电影票团购、交通卡充值等绝大部分品类的商品和服务,用户均可通过微信支付实现购买。

据中国证券网,在上月深圳供电局的一项新业务内容,已透露微信支付已经延伸至民生支付领域。而财付通团队透露,未来还将探索将水费、煤气费等纳入微信支付的范围。在此之前,包括支付宝、拉卡拉等多家第三方支付公司早已介入水电、煤气等小额民生支付领域,而财付通此次借助微信支付也首次杀入这一领域。

微信发展势如破竹 银行、基金与其频频牵手

微信的老用户或许还记得第一版微信的描述:“收发消息、拍照分享、联系朋友”。而如今,已经跻身全球十大流行APP的微信,其志向远远不止于此,与银行和基金公司的频频牵手,让我们看到了微信大举进军金融界的决心。

几乎在微信 5.0 版推出的同时,四大行之一的工行也宣布推出微信银行服务,而在此之前,招行等股份银行已经成功牵手微信。据悉,招商银行是第一个推出“微信银行”的。今年

3 月末,招行就正式推出信用卡微信客服,到目前为止已经有超过 100 万客户绑定了招行信用卡的微信客服平台,好评如潮。7 月,招商银行再度宣布升级了微信平台,推出了全新概念的首家“微信银行”,服务范围也从单一信用卡服务拓展为集借记卡、信用卡业务为一体的全客群综合服务平台。

据媒体报道,有业内人士介绍,微信银行最大的优势就是充分利用了客户的碎片时间,客户对于任何银行信息、资讯、业务办理都是触手可得。比如你要来网点办理业务,完全可以在微信上先咨询办理业务所需的材料,这样可以避免因为材料不全需要二次办理的情况。

在银行纷纷推出微信服务的同时,基金公司也不甘示弱,目前超过 30 家基金公司开通了官方微信等平台。据城市商报报道,兴业全球基金上线的微信服务在业内颇具代表性。除了信息查询功能外,兴业全球基金还通过微信平台及时向投资者推送理财信息并答疑解惑,该公司相关负责人表示,对于粉丝提出的在金融投资、基金交易、理财知识等方面的问题,公司都会通过微信逐条给予认真、耐心同时专业的回复,虽然时效上偶有延迟,但仍得到了相当部分粉丝的肯定。但目前大多数基金的微信服务只是每日净值播报、开展营销活动、提供市场资讯等服务,微信还有许多功能尚待开发。