

8 月股市大跌使得投资者市值再度缩水 “千万大户”3 个月被“消灭”一半

本报讯（首席记者 连建明）中登公司日前公布的8月统计月报显示,由于8月份股市大跌,机构与大户最为受伤,大户市值大为缩水,尤其是千万级以上的大户较7月份减少了9135多人,其中,1000万元-1亿元的减少了8842名,1亿元以上的减少了293名。如果看最近3个月,被“消灭”的大户更多,与5月底相比,8月底1000万元以上的大户减少了4万多人,减少了一半。

8月份沪深股市再次大幅下跌,创出调整新低,其中,上证指数下跌了12%,创业板指数更是下跌了21%,股市大跌影响了投资者入市

积极性,8月份新增投资者数为136.85万,较上月减少33.20%。从是否参与二级市场集中交易的角度看,8月份时有5855.84万个投资者在近一年内参与了二级市场交易,占期末投资者数的62.25%,比例与7月份时一样。

股市大跌自然使得投资者市值缩水,从月末投资者流通市值分布表来看,机构与大户8月份继续遭受打击。自然人投资者中,分界线在10万元流通市值,持有流通市值在1万元以下以及1万元-10万元两个区间的投资者数量均较7月份有所增加,分别增加了99万人、38万人,这

可能是由两种原因形成,一是新开户投资者,8月份新增投资者数超过136万人;二是持股市值在10万元以上的投资者因市值缩水而形成。

而数据显示,上述第二种可能性也非常大。在10万元-50万元、50万元-100万元、100万元-500万元、500万元-1000万元、1000万元-1亿元、1亿以上这六个区间中,投资者的数量均较上月有所下降。其中,10万元-50万元的投资者数量减少了近70万人。持流通股市值在500万元以上的投资者数据中,500万元-1000万元的,减少了1.79万名;1000万元-1亿元的减少了8842名,1亿

元以上的也减少了293名。

如果和5月底的数据相比,大户在这3个月里减少的数量更多。100万元-500万元的投资者,5月底有168万人,8月底只有103万人。500万元-1000万元的大户,5月底有151272人,8月底只有79812人。1000万元-1亿元的大户,5月底有82733人,8月底只有42231人,减少了4万多人,少了一半。至于1亿元以上的超级大户,5月底有4765人,8月底只有3429人,减少1336人。

8月底数据显示,个人投资者中,比例最高的是1万元-10万元的投资者,比例为49.78%;1万元以下

的投资者比例为25.12%;10万元-50万元投资者比例为19.76%。就是说,50万元以下的投资者比例为94.66%,50万元以上的投资者比例为5.36%。5月底时,50万元以上投资者比例为9.1%,3个月减少近一半。

机构损失也非常大,数据显示,8月份时,持有流通市值在1万元以下、1万元-10万元、10万元-50万元、50万元-100万元四个区间的机构数量均较7月份增加,而100万元以上的四个区间的机构数量有所减少。其中,1亿元以上的机构减少数量最多,为534户;1000万元-1亿元区间的机构数量减少了逾400户。

中证指数公司携芝商所开发商品指数

中证指数有限公司近日与芝加哥商业交易所集团签署合作协议,将基于芝商所上市的商品期货合约合作开发商品指数。

芝商所是全球领先的多元化衍生品交易市场,上市的WTI原油期货、大豆期货、黄金期货等品种是全球商品市场的重要定价基准。

根据双方签署的协议,芝商所授权中证指数使用其市场数据,用于开发、计算以及发布商品指数;中证指数则授权芝商所基于双方合作开发的指数,上市、交易以及清算相关的衍生产品。

双方合作的首个商品指数为中证芝商所中国消费商品指数,选择中国市场需求量较高的商品期货品种为样本,包括芝加哥期货交易所上市的大豆期货及玉米期货、纽约商业交易所上市的天然气期货及WTI原油期货、纽约商品交易所上市的黄金、白银及铜期货等品种,按期货收盘结算价计算指数。

芝商所执行主席兼总裁泰瑞·达菲表示:“随着中国期货市场走向国际化,与中证指数开发的新产品将为增强全球商品市场客户的风险管理能力提供契机。” 忻华

“京农贷” 解决涉农信贷难

本报讯（记者 钟喆）京东金融近日正式发布农村信贷品牌“京农贷”,解决农户在农资采购、农业生产以及农产品加工销售等环节的融资难问题。京东农村金融负责人洪洁介绍,京东将从信贷、支付、理财、众筹、保险等多方面推动农村金融的发展。“作为京东农村金融战略落地的重点内容之一,京农贷针对当前传统农村信贷手续繁琐,效率低以及信贷金额低等痛点,推出无抵押、低利息、放贷快的高契合度信贷产品。”

由于信用无法评估,农民难以从传统金融机构获得信用贷款。面对这样的问题,京东金融选择和涉农机构合作,基于合作伙伴、电商平台等沉淀的大数据信息,了解农民的信用水平,并给予相应的授信额度控制风险。京农贷解决了当前农村信贷存在的种种痛点,根据农产品的生产周期,向农户和涉农企业提供灵活期限的信用贷款,而且惠农贷款专享低息,所有信贷产品申请方便,人工审核快速,且无任何抵押要求。

医药板块面临较好增长机遇

本报讯（记者 许超声）9月初以来,股市维持震荡格局,中长线的投资机会正在孕育。其中,医疗健康行业是少数稳定增长、具有很好防御性的板块。

正在发行的上投摩根医疗健康股票型基金拟任经理张飞表示,受益于人口老龄化及国家加大投入,未来5-10年医药行业有望稳健增长。业内人士也认为,在社会需求和国改政策的双向推动下,医药行业正迎来历史性的发展机遇,投资者可通过医药主题基金分享红利。

销售额破 17.8 亿元 “919 乐迷节”乐视全生态成中国第三大电商购物节



9月20日下午,乐视公布“黑色919·疯狂乐迷节”全程战报。“919乐迷节”全生态总销售额突破17.8亿,其中超级电视总销量突破38.2万台,超级手机总销量突破59.4万部,智能硬件总销量突破120万件。“黑色919”乐视超级手机当日创线上旗舰手机单日单品牌销量、销售额纪录,以生态模式定义的行业格局和趋势正在形成,生态手机成为行业风向标。乐视超级电视当日单品牌总销量已超越天猫“双十一”、京东“618”电视当日全品牌总销量,“黑色919”生态型购物节已成为中国知名电商购物节。对此,乐视创始人贾跃亭在微博感恩不离不弃的铁磁乐迷,表态“黑色919”将成为乐乐和乐迷共同永久的电商狂欢节。

“919 乐迷节” 乐视连创八大行业纪录

今年的乐迷节是乐视史上最大的一次销售活动,商品种类与总量超过以往历次销售,乐视共拿出5亿元福利把“919乐迷节”打造成媲美美国感恩节前疯狂的“黑色星期五”购物狂欢节。

“919乐迷节”全生态总销售额突破17.8亿元,其中超级电视总销量突破38.2万台,超级手机总销量突破59.4万部,智能硬件总销量突破120万件。超级电视在乐视

商城销量达到23.3万,第三方电商(京东、天猫)销量达到14.9万。

事实上,无论是智能电视领域还是手机行业,乐视一直都是打破行业规则的颠覆者,基于成本定价的模式,乐视大幅拉低了硬件的售价。以40英寸液晶电视为例,市面上同类产品售价大约在1700到2000元,而此次超级电视S40Air L的硬件售价仅为499元(硬件价格),几乎相当于白送给乐迷,因为市场上一块40寸电视屏幕的价格往往就超过1500元。乐视超级手机在“919乐迷节”再次放出劲爆价格,超级手机乐1“起步价”为16GB售价999元,乐1 Pro“起步价”

为32GB银色版售价1999元,乐Max“起步价”为32GB银色版售价2499元……其中乐1以国产中档手机配置直接杀到千元以内,打破行业同档次产品的价格极限。

打造乐迷喜闻乐见的生态链

乐视控股高级副总裁、乐视移动总裁冯幸指出,“919乐迷节”乐视创造的行业纪录,会成为乐视发展新的里程碑。不仅是乐视超级手机,每一款乐视生态产品,都包含着用户的需求,每一个乐迷都是乐视生态的重要组成。而乐视智能终端事业群副总裁赵一成表示,今年5月乐视商城启用独立域名lemall之后,乐视商城已正式率先转为生态型电商平台,乐视商城未来承载的不仅仅是超级电视、超级手机、超级汽车等智能终端的销售,最核心的是还要完成乐视生态产品、服务等所有环节打通,提供一系列乐视生态的相关服务。

此次“乐迷节”就不仅是对物流和乐视商城的一次全面检验,也是乐视生态化的重大体现。从电视、手机到周边配件产品如3D超级头盔、超级体感枪、乐视智能路由器、反戴式耳机、蓝牙音箱,再到乐视生态中的影视会员、红酒、衍生品等,乐视共计5亿元回馈广大乐迷。比如:在生态狂欢期间,乐迷不仅在乐视商城享受到了超级电视、超级手机的超值特惠,还与乐视网酒网葡萄酒做了一次亲密接触,上线多渠道广告,919元红包遍地开花,用户凭券以“史上醉低价”购买名酒。此外,乐视生态的开放还吸引易到用车、打令等公司拿出巨额资金鼎力支持“919乐迷节”,比如易到拿出2000万元冠名乐视

919乐迷节,并战略支持“919乐迷节”在9月7日即上线了乐视919乐迷节专属H5打车页面。

专业人士指出,乐视之所以敢有如此大胆令其他厂商无法完全效仿跟进的策略,与乐视“平台+内容+终端+应用”的开放闭环生态系统相关。从商业模式的角度来说,乐视可以通过其他层面来获取利润,而不靠硬件赚钱。由于这个生态系统“环环相扣”,因此可以通过跨界创新打破生态边界,整个体系运营过程中会发生强化反应,并产生新的价值,这是支撑大降价的核心因素。

影视会员收入超 5000 万元

“919乐迷节”当天,乐视商城PV达到1.5亿,UV达到1200万,创历史新高。乐视商城超级电视支付率达到68.1%,超级手机支付率达到60.7%。当天参与乐视商城互动活动并分享的用户突破1千万。

值得一提的是,黑色919全屏影视会员收入达到5000万元。乐视超级手机的全屏影视会员,是原有TV版影视会员的升级,价格不变,服务升级。乐视超级手机所运营的全屏影视会员服务,是全终端打通的乐视生态服务,在手机、电视、盒子、汽车、电脑、平板、全屏通用,超级电视和超级手机服务可互充,时长可叠加。目前,全屏的影视会员服务分“合约版”和“通用版”两种,合约版全屏影视会员仅限超级手机、超级电视使用。

从支付渠道看,移动端支付超过PC端达到51.46%。黑色919乐视生态产品销量的区域分布,江苏、北京、山东、浙江、上海、福建、河北等排在销量前七位。