

一边是火焰,一边是海水

一周理财观察

北方有句话叫“春脖子短”。没想到,江南如今亦然。春日的花季到了五月下旬草草收尾,气温直奔34摄氏度而去,气象台宣布已经入夏。夏服穿了,空调开了,理财市场上跟“热”有关的产品火速冒了头,比如“37℃高温险”。

热了保险

有气象专家认为,去年冬天为暖冬,今年可能再次出现炎热夏天。高温险针对的是持续酷暑造成的个人额外生活支出。

跟天气有关的保险产品只是一个极小的分支,但足够吸引大众的关注。这跟报纸上的天气预报栏目虽然面积只有小小一块,阅读率却是最高一样道理。去年中秋节

前,安联和淘宝联手推出了赏月险,作为首款面向大众、跟天气有关的保险,引发热议。有人觉得这是炒作,博取眼球,但即便如此,天气保险产品背后,还有精算的技术含量支撑。比如赏月险,采用的数据库是过去20年投保城市的详细天气数据,并不是一个炒知名度的产品那么简单。

高温险跟赏月险设计的思路差不多,但涉及的城市更多,包括北上广深等大都市,也有各大省会城市。各城市夏天热的程度不一,因此免赔天数也不一样。上海37℃天气累计11天起赔,北京、海口是6天,杭州25天,长春、贵阳、西宁则是0天。“火炉指数”冠军当属重庆——28天,杭州以25天排名第二。

类似这种通过网络和微信投保的小金额保险产品,更多适应了新型社交圈的需要,可以自己买,

也能买了送给同城或异地的朋友。超过免赔天数,被保险人可每日领取5元/份高温津贴,每份保单领取保险金100元封顶。个人额外生活支出的补偿,大概是一个冰淇淋的价格,好玩的成分居多,卖得如何,拭目以待。

冷了股市

不过,再热的天,也没带热国内的股市、楼市。

最近去听投资理财策略会,发现一个现象:来自银行及外资资产管理公司的专家,对国际市场的分析滔滔不绝,从外汇、黄金、基金到房地产,有理有据;而对国内投资者最关注的楼市和股市,基本一笔带过。

来自渣打及美盛环球资产管理的郑毓栋及曾助科两位专家,继续看好美股,建议低配黄金。虽然美股连创新高,曾助科仍认为目前

处于价值低估阶段,平均市盈率仅15倍。美国楼市也从低位起来了,这几年新建房屋面积与美国人的需求总量有较大缺口,出现了供不应求趋势。

而国内的楼市、股市却是另一番光景,也历来适用“测不准定理”,令无数专家扼腕长叹。郑毓栋认为,国内的楼市承担吸纳庞大M2的作用,它不能算是一个投资品。目前房价与居民收入的比率过高,即便未来通胀加剧,有上涨空间,也远远不能和过去10年比。至于去年以来表现一直很差的股市,曾助科表示,这反映了对经济的预期。中国仍在紧缩信贷,但手段灵活,处于结构性去杠杆过程中,不良贷款率预计会明显上升。他建议关注高评级债以及能源、消费和公用事业受益于改革的个股。

本报记者 谈璐

银联启动 首届“62儿童消费节”

“六一”儿童节来临之际,首届“银联62儿童消费节”在全国范围启动。中国银联携手50余家商业银行,5000余家线上线下商户,投入数亿元打造家庭消费理念,堪称银联成立以来规模最大、投入金额最高的持卡人回馈活动。

消费节从5月31日持续至6月2日,包含62折买奶粉、购玩具、吃大餐;62元看电影、游乐场、吃零食;62%银联积分大回馈及“62秒玩具疯狂抢”等系列活动,银联卡(卡号以62开头)持卡人可关注“银联钱包”微信公众号,下载“银联钱包”App及优惠券,也可登录银联持卡人服务网站或致电95516热线查询。 鲁雁南

拉卡拉“开店宝” 进驻“快客便利”

拉卡拉联合百联集团旗下“百联电商”,携手“快客便利”正式启动战略合作。本月初,拉卡拉“开店宝”将分批进驻“快客便利”上海1200家门店,创建社区电商O2O服务平台,提供电商、金融、支付、生活等一站式服务。

今后消费者在“快客便利”店中即可通过“拉卡拉”以特惠价格购买各种日常生活用品;“快客便利”还将建立24小时O2O收发周转区,提供快递收发和快件包裹临时寄存服务,并借助“开店宝”平台搭建“快客E购服务站”,提供二维码、预付卡、公交卡充值等“综合O2O”业务,创新便利店店业。

鲁雁南



上海市银行同业公会提示:理财非存款,投资需谨慎

绍波画

上海农商银行小微客户提供自建网站服务

企业“安家”网络金融社区

服务小微

想搭上网络快车推广信息,却势单力薄缺少人建网站,怎么办?

为了更好地服务中小微企业客户,创新网络金融业务服务模式,近期,上海农商银行推出了“鑫沪商”(www.xinhushang.com.cn)企业网络金融社区平台。

“鑫沪商”是企业客户搭建的网站服务平台。对于迫切想在网上发布自身信息,却没有能力建立网站的客户而言,只需在“鑫沪商”平台上完成注册,选择“简洁”或“标准”模板后,就能定制属于自己的个性域名网站了。在该网站上,企业客户不仅能对其LOGO、总体情况、产品和服务、联系方式、供需等信息进行维护和更新,还能同时享受上海农商银行提供的相关金融服务。本期上线的功能均免费提供企业客户使用,客户可自助定制个性化网站,展示企业形象。

“鑫沪商”具有五大特色和亮点:一是建

立网站轻松快捷,仅需完成两步注册就能自动生成企业网站。二是享有会员管理专区服务。企业通过会员专区,能快速实现对网站全方位的管理,还可以快速地查看站内收藏的企业信息、站内信等。三是在线全面展示供求信息。企业可按产品供求需要随时在网站发布相关信息,迅速把握销售和采购的商机。四是及时推送上下游企业信息。网站能自动推送企业生产的供应链中,上下游企业的产品信息等,保证企业能“知己知彼”。五是专享个性化域名。企业能自定义与其品牌形象相关的个性域名,便于对外推广,提升品牌形象。

未来,上海农商银行还将不断整合、深化、完善各项金融服务功能,将“鑫沪商”建成集企业信息发布、交易撮合、在线采购、在线融资、在线销售和种金融服务应用为一体的企业网络金融服务社区,更好地服务中小微企业。

尚依



兴业银行加大小微扶持力度

兴业银行上海分行通过下沉服务客户重心,调整小企业客户定位,由“中小为主”向“小微为主”转变。

小微企业划分标准由原来的总资产6000万元以下的企业客户,调整为年销售收入不超过1亿元的企业客户,其中单个信用客户在兴业银行上海分行的首次授信风险敞口不超过1000万元,续授信的风险敞口不超过3000万元,由此有效实现小微企业

受益面的扩大。

2014年初,兴业银行再推专属信贷产品“交易贷”,至此形成以便捷高效的“易速贷”为主打,以减轻到期还款压力的“连连贷”为配合,以免担保的“交易贷”为跟进的小微信贷“三剑客”,为小微企业提供一站式解决融资难题的方案。截至今年4月底,该行合计拓展“易速贷”小企业客户145户,落地金额合计3.7亿元。

谈璐

华商街抢占移动O2O市场 构建行业新生态

国内移动O2O电子商务行业发展突飞猛进,在各大传统电商鏖战密布的转战O2O领域之时,北京华商街电子商务服务有限公司(简称“华商街”)已经率先完成O2O布局!

作为移动O2O行业的领航者,华商街经过六年的不懈努力,成功搭建了互联网、移动通信网、连锁实体网“三网互联”生态系统大平台,并通过“分散经营、集中管理”的方式,汇集商户和消费者,在全国建立起了坚实、高效、统一、系统的强大渠道优势。

目前,华商街在线上构建了以智能手机为访问终端的百万网站大联盟的“数字中国”,涵盖中国34个省、660个市、2861个县、4.8万个街道、35万个城市社区、60万个村庄;在线下,华商街在全国设立了7大办事处,服务覆盖全国30个省、自治区、直辖市;在2861个区县建立了超过900家运营中心,覆盖率达到32%;在全国建立包括汇商e站、汇商宝联盟商户、优卡特连锁店等渠道终端超过2000家。华商街通过拥有自主知识产权的汇商宝异业协同营销平台及客户增值服务系统融合线上线下服务项目,形成了完美闭合的O2O服务链,成功打造了集“信息流、资金流、商流、物流”四网缜密结合的产业价值链。

华商街这种“移动终端+线上电商+线下实体店”的组合式运营模式,彻底打破了传统的商业模式,构建了具有华商街特色的移动O2O生态系统。

对于消费者,华商街大平台提供了亲民、便捷、诚信的社区生活服务类信息和丰富、全面、及时的消费类信息,消费者能够在网上筛选商品或服务,线下比较、体验后,精准地进行消费,充分满足了消费者的个性化需求。

对于商企,除了前几期报道中提到的汇商宝互惠系统和全媒体推广功能外,华商街还创新性的研发了微营销系统以及为美容行业度身打造的行业解决方案——点美系统。

微营销系统,是全球首创的社会化移动电商(微信电商)的服务平台。依托微信平台庞大的用户凝聚力,多样化的信息传达方式和个性化的互动服务基因,搭建完备的商品展示、订单交易、无线支付和微客信息等先进系统管理体系,让企业迅速拥有高效、低成本的品牌直达微信商城平台,享受微信5亿用户的社会化红利,先人一步进入移动互联网时代。

点美系统,华商街创造性地将iPad管理平台与美容店软件软件融合在一起,颠覆了传统支付模式,既提高了美容行业整体工作效率,又使店务管理科学化、专业化、智能化,是美容行业宣传展示和店务管理的最佳助手,深受美容行业的青睐。

有了美容行业的成功经验,华商街的行业解决方案将会迅速推广到餐饮、娱乐等各行各业,提高O2O线下所有行业商务电子化水平。

对于社会,华商街大平台,将互联网信用体系和现实生活的信用体系紧密结合起来,构建了一套完整的社会诚信体系,为亿万消费者和商家营造出了一个诚实守信的电子商务环境和社会环境。

进军移动O2O市场只是华商街万里长征走完的第一步,实现“数字中国”的征程仍任重道远,华商街将坚守“心无挂碍、业无界”的核心理念,“情系三农、服务城乡”的品牌定位,给亿万消费者和商企提供最优质的服务;坚守“取之于社会、用之于社会”的宗旨,用“创新、速度、方向、人才、智慧、仁爱”的精神践行“数字中国,服务身边”的愿景。