

# SET UP YOUR FAMILY WEALTH'S MANAGEMENT INSTITUTION

## 建立你的家族财富管理机构

文\_June Lee [新加坡瑞银财富管理家族管治业务主管]



图/Getty Images

对于资产庞大、事务庞杂的超级富豪来说，寻求家族财富管理机构的帮助，在理财、慈善、家族教育、接班人培养等方面为自己增加一个专业的助手，或许是个省心可行的解决方案。

### 接受私人银行培训

针对富豪家庭的孩子，很多私人银行都设计了培养孩子综合能力的课程，这些课程像风靡世界的“大富豪”游戏一样，用角色扮演方式进行，几个孩子分别扮演企业的运营部门，有财务部门、销售部门、地产部门、投资部门和市场部门等。通过这样的方式，孩子们开始学会熟悉企业的实际运作流程和实业投资等。

为增加课程的吸引力和趣味性，私人银行还纷纷推出了各种类型的下一代理财培训或夏令营活动，从小就让他们了解银行和理财服务。银行会请专业的理财人员结合幼儿教育，把股票、债券、慈善事业和初创企业等种种投资理财知识都教给孩子们。

为了吸引“小富豪们”积极参与，私人银行会设计各种活动，在增强理财意识的同时，促进他们之间的交流和友谊。美国的私人银行和理财机构的理财教育培训活泼多样，受到孩子们的热烈欢迎，比如探索拉斯维加斯洞穴等户外探险考察活动。当然，更重要的是学习投资理念，有的课程要求每个小富豪们都从家里拿来数千美元，组织一个数万美元资金的投资俱乐部，然后他们在棕榈滩会合，咨询金融顾问，并撰写一份详尽的多样化投资计划书，把这些钱真正投入到不同的证券当中；有的理财学习项目小组在动物园呆了一夜，研究如何运营业务；有的小富豪们会成立好几家贺卡公司；还有的会在一处豪华度假胜地调研，确定如何才能赢利。

美国花旗银行曾经在纽约举行的“下一代培训”就非常成功，该培训为期11天，主要课程包括“国际不动产规划的基本要素”、“资本市场经济学”、“结构性产品”和“系统性权益平台”等。孩子们还实地参观了纽约大都会博物馆，学习如何收藏艺术品。亚洲的花旗银行每年都会在中国香港或新加坡各举办一次为期五天的理财夏令营，年龄限制在27岁以下，从中国、泰国、印尼等地区华侨贵宾客户中筛选，通常都是免费的，最多允许25个人参加。夏令营课程内容包括教授股票、债券、基金等各个方面的投资知识，参观当地证券交易所等，在课程的最后阶段还会以游戏形式重新回顾这些投资知识。摩根大通私人银行公司则重点培训家族企业的投资和管理。

台湾富邦银行每年定期在暑假开办“小富翁理财营”，小富翁理财营课程的内容包罗万象，银行以最简单的方式带领小富翁们认识各种最基本的理财工具，教导存折、金融卡、支票的使用方式，了解海外旅游会用到的外币、信用卡等，另外也介绍基金、股票、保险和彩票，同时也教他们怎样聪明地管理自己的零用钱。更特别的是，活动还安排参观银行柜台、专门服务贵宾级客户的白金理财中心，银行的职员们实地演练教他们数钞票。富邦银行还推出了儿童综合理财账户，有“Hello Kitty”账户、金刚账户等，供小富豪们实际存钱理财。

## 建立家族事务所

家族事务所是主要为一个家族（或一组家族）提供服务的组织。它的存在是为了提高所服务家族成员的生活品质。家族事务所通常受托管理广泛的家族事务，范围囊括了财富管理、年轻一代的教育和职业发展（包括指导），以及打理家族重大事项和提供管家式服务。

洛克菲勒家族常常被认为是家族事务所概念的创始人，其早期财富来自美国标准石油公司。经过多年的发展，洛克菲勒家族事务所已经演变成一家综合金融服务公司，现在旗下有200多名雇员，被整合成五个主要分支，分别负责财务管理、风险资本投资、信托管理、保险以及保险经纪，旨在为不断增加的家庭成员们维持洛克菲勒式的生活方式提供服务。

在亚洲，家族事务所通常起源于一个为家长管理个人账务的私人助理，家族企业的会计师在退休后加入该团队，偶尔会有年轻一代的家族成员被委以家族事务所的管理职务。随着家族事务向更加积极的资本组合管理转变，会有更多具备投资管理经验的专业人员加入，事务所分工更加明确，管理程序和架构正式形成。目前，大多数家族事务所有三至八名雇员。他们除了管理投资组合，还要参与家族慈善事业以及其他家族事务。

家族事务所在中国乃至整个亚洲地区都还是个相对较新的概念。就建立家族事务所而言，不同的服务机构可以起到不同的作用。律师可以帮助实现家族事务所的法人化，使其成为一个由家族私人所有的公司。银行可以为家族的资产配置提供建议，以实现其期望的收益，控制投资组合的风险。有的还可以根据家族确定的投资组合框架为其管理家族基金。

然而，最重要的是，家族代言人首先要跟家族事务所顾问充分探讨，明确该家族希望通过事务所实现哪些目标，这决定了事务所的活动范围和人员需求。事务所顾问还可以帮助家族为事务所设计适当的酬劳制度，以确保事务所雇员与其服务家族的利益一致。

不是所有家族成员都适合成为家族经营企业的雇员，他们的才能在其他地方有可能会得到更好的发挥。由于家族事务所活动潜在的范围广阔，年轻的家族成员在家族事务所工作可以找到在家族企业之外为家族强盛做贡献的另一种途径。他们可以担当的角色包括领导家族慈善事业、组织家族重大事项、管理家族网站、资产管理、寻找教育项目等等。

值得一提的是，家族事务所通常不干涉家族企业经营。通过建立家族事务所，明确了界定归事务所管理的资金，把家族“私有的”资产与家族企业的资产划分清楚。⑤



# GINA RINEHART: THE WORLD'S RICHEST WOMAN

## 吉娜·莱因哈特：全球最富有的女人

文\_张锐 策划编辑\_于丹 责任编辑\_赵晓璐

吉娜·莱因哈特拥有的财富量正在打破男性垄断世界财富榜魁的既定格局，同时也在更改着信息技术等新兴产业盛产全球首富的最新流程。这位澳大利亚的第一女富豪在属于自己的财富版图中尽情播撒着女性所特有的造富能力与魅力，并借助着资源价格一路劲升的动力，将从父辈手中承继下来的遗产打造一个巨大的家族矿业王国，从而佐证了传统产业依然不老的财富逻辑。



在全球排名前十的未开采铁矿石项目中，汉考克公司就拥有三个。如果汉考克公司的三大项目都投入运作，估计会为莱因哈特带来每年100亿美元的利润。花旗集团在一篇名为《下一代》且长达60页的研究报告中得出了一个动态结论：莱因哈特将成为世界首富。

## ■ 预测或为新世界首富

尽管拥有90亿美元的巨额财富，但对于全球绝大多数人来说，现年57岁的吉娜·莱因哈特仍是一个非常陌生的名字，人们甚至很难将她与澳大利亚首富这一令人惊讶的财富头衔连接起来。但事实就是超乎许多人的想象和意料之外。吉娜·莱因哈特也许将会改写男性绝对主导世界财富版图的传统模式，而且也将改变从微软创办人比尔·盖茨到墨西哥电讯大亨斯利姆这一由北至南的财富板块漂移路径。当然，与信息化时代造就的英雄传说和旧式产业帝国巨头不同的是，莱因哈特的财富基因源自祖传，她的父亲正是世界上蕴藏量最大铁矿的发现者、并被许多澳洲人视作民族先驱的朗·汉考克。

得益于矿产资源交易价格的一路飙升，莱因哈特的个人财富量日渐膨胀。2006年，莱因哈特身家虽然只有10亿澳元，但却被澳大利亚《商业周刊》评为该国第一个女亿万富翁；2007年，莱因哈特的身家增加到40亿澳元，在该国富豪榜上由前一年的第八名晋升到第四名。2010年，莱因哈特的身家再增7.5亿澳元，并被《商业周刊》评为“澳大利亚女首富”，2011年，莱因哈特的身家比过去一年翻了两倍之多，飙升至103亿澳元，被《福布斯》评为澳大利亚首富，同时也是首位登上该排行榜榜首的澳洲女性。

静态的资产当然还不足以彰显莱因哈特庞大财富帝国的实力，于是，花旗集团在一篇名为《下一代》且长达60页的研究报告中得出了一个动态结论：莱因哈特将成为世界首富。作为推论结果的重要依据之一，是花旗认为汉考克勘探公司目前还没有上市，而一旦在澳大利亚上市成功，参照该国铁矿巨头力拓公司的11倍市盈率计算，莱因哈特的财富将会达到300亿美元，足够打入《福布斯》10大富豪榜。

花旗最充分的论证依据还在于，通过对未来全球400个采矿项目进行评估后发现，由于这些项目现在都还没有开始生产，但都已经处于设计或批准阶段，它们无疑成为矿业巨头们的下一棵“摇钱树”。资料显示，目前全球所拥有的上述矿产资源的排名顺序是必和必拓、力拓、Xstrata、英美资源集团和汉考克公司。对于莱因哈特而言，非常重要的意义还在于，在全球排名前十的未开采项目中，汉考克公司就拥有三个。据此，花旗推测，如果汉考克公司的三大项目都投入运作，估计会为莱因哈特带来每年100亿美元的利润。由于汉考克公司由莱因哈特全资拥有，不需与股东分享利润，因此，预计莱因哈特的个人财产可望高达1000亿美元，势将压过墨西哥电讯大亨斯利姆（760亿美元）和微软创办人盖茨（净资产560亿美元），成为新的全球首富。

当然，不可否认，花旗的报告更多的只是一份充满不确定性的预测，它的分析和结论都基于一个前提——铁矿石的价格不会下跌，而且莱因哈特的三大未开采项目能够顺利开工并能如期赢利。不过，即便是排除以上所有的不确定性因素，以莱因哈特所拥有而且正在运营的铁矿所能产生的利润为基础，其完全能够占有的300亿美元净资产也能轻松地摘取全球女首富的桂冠。资料表明，目前全球女首富的宝座由沃尔玛女继承人克里斯蒂·沃尔顿占据，但与后者的财富完全靠继承而来有所不同，莱因哈特所拥有的家业几乎是靠自己后来的一步步打拼才得以壮大起来的。

## ■ 含着金钥匙出生

莱因哈特闲暇时最喜欢给四个孩子讲关于他们爷爷的故事，而且不论是在家里还是在旅途中，只要莱因哈特兴致上来，她就会向孩子们滔滔不绝地叙述开来。虽然莱因哈特也记不清自己将同样的故事讲了多少遍，尽管她的孩子们都已经听得有些耳腻。

汉考克家族在西澳大利亚是历史悠久、根基深厚的地主。也正是在殷实家庭背景的衬托下，莱茵哈特的父亲朗·汉考克在中学毕业后就如愿进入了航空学院读书，而且毕业后凭借着自身良好的身体状况和优异的驾驶本领在西澳航空公司担任了飞机驾驶员。年青时代的朗·汉考克长得十分的英俊潇洒和风流倜傥，因此，进入航空公司不久就与一位金发碧眼的美女相识并很快堕入爱河，三个月之后，一对在外人看来天造地设的新人走进了婚姻的殿堂。然而，由于妻子不能适应汉考克婚后灯红酒绿的都市生活，这段婚姻不到半年时间就解体了。

1952年2月的一天，新婚燕尔的汉考克与第二任妻子霍普·玛格丽特·道格拉斯乘坐飞机回佩思，因为突降暴雨，飞机被迫低空飞行，当飞机掠过澳大利亚西北部的汉摩斯利河谷时，汉考克看见峭壁上分布着大片大片土红色的铁矿，而且裸露的铁矿矿脉连起来宛如一条漫长画卷铺展开来。回到家后，两人经过商议后当即决定各自向单位告长假再赴人迹罕至的目标地。

父辈手中的财力无疑为汉考克的考察提供了最为坚强的后盾。几天之后，汉考克特地从航空公司租借了一辆小型直升飞机，并在接下来的两年多的时间里，夫妻俩驾机在汉摩斯利河谷上空反复盘旋了7000多个小时，最终不仅将周围的地形摸得一清二楚，而且还清晰地描绘出了铁矿的分布图。一年之后，汉考克带着浩浩荡荡的掘矿队伍

开进了铁矿地带，世界最大的铁矿从此揭开面纱。而仅凭此矿的第一期开发任务的完成，汉考克一跃跨入了澳大利亚最富裕人群的行列。更加重要的意义在于，澳大利亚从此摘掉了“铁矿贫困户”的帽子，并且已经探明的数十亿吨铁矿储量更如撒哈拉的石油一般，注定汉考克家族“日不落”的财富命运。

妻子霍普似乎不仅为汉考克带来了从天而降的财运，而且就在源源不断的财富流向汉考克矿业公司的同时，1954年2月初，霍普为丈夫生下了第一个孩子莱因哈特，但是不知什么原因，霍普自此之后再也没有生育。因此，有人说莱因哈特不仅是第一个含着金钥匙出生的幸运儿，而且命运注定了她是汉考克公司后来的唯一法定继承和拥有人。

并不像其他家庭的富家女娇生惯养那样，父母在莱因哈特很小的时候就把她放在寄宿学校读书，从此莱因哈特练就了非常强的独立生存能力。不仅如此，作为家庭的独生女，汉考克自从莱因哈特12岁起就经常带着女儿在矿上与高管和工人们频繁接触。因此，少女时代的莱因哈特与其他同龄人相比似乎显得格外地成熟。当许多的少女还在好奇地学化妆追明星的时候，莱因哈特却热衷于在矿场上搞调研。中学毕业后，莱因哈特也听从了父母的要求和安排，去读了佩思最好的女校，后又接着到悉尼大学经济学系学习。不过，与父亲中途中断飞行员生涯一样，莱因哈特只在大学呆了一年后就自作主张辍学从商，并且从此一头扎进了自家的矿山中，而汉考克夫妇似乎对女儿的选择当时也并没有作出硬性的反对。

的确，莱因哈特身上遗传了父亲身上的很多特质。她可以为一个矿产项目计划的推进和落实，在工地上连续工作七天以上，而且一天只休息三个小时；她也可以为了一个项目的开发与高管争得面红耳赤，但私下她又会非常谦虚地与不同意见者进行沟通；另外，几乎是汉考克公司员工人所共知的一个经典故事是，在莱因哈特21岁时，她竟然大胆建议父亲“用核爆炸的方式来加快开矿速度”，虽然莱因哈特至今未能将自己的想法付诸行动，但人们依然从其身上发现了超越其父辈的勇敢、灵敏和进取的商业精神

然而，这位富家女的婚姻生活却是一波三折。19岁时，莱因哈特遇见了在威特努姆石棉矿业小镇上当店主的英国人格雷格·海沃德，坠入情网的两人迅速闪婚，随后两人育有两个孩子，但这段婚姻只维持了八年就以离婚告终；29岁时，莱因哈特又嫁给了57岁的美国社团律师弗兰克·吉恩哈特，并给弗兰克生下一对双胞胎，不幸地是弗兰克在1990年因病去世，从此莱因哈特寡居至今。

## ■ 低调节俭的“铁娘子”

很少在公共场合抛头露面，不接受任何媒体的采访，莱因哈特在商业圈里被看成是一个极度低调的人。尽管如此，她也无法挡住扑面而来各种外界评价。

很多人认为，与父辈的艰苦创业相比，莱因哈特只不过是一位得天独厚的遗产继承者，而且正是由于政府认可并维系了汉考克公司的经营垄断权，才造就了莱因哈特的矿业帝国在澳大利亚一家独大的地位。的确，父辈遗产让莱因哈特有了发展的基础，可莱因哈特当时从父亲手中接过的公司却是一个债务缠身、经营困难的矿业企业。但是，从2004年起，极富商业头脑、出手果断的莱因哈特力挽狂澜，看准了铁矿石的飙涨契机，分别与力拓集团、韩国浦项钢铁公司合作开发父亲生前没充分开发的矿区，最终使家业越做越大。

值得注意的是，除了铁矿资源开发外，前不久莱因哈特还将触角伸及澳大利亚北部的煤矿。据悉，莱因哈特的煤矿公司已经开始向韩国发电厂出口煤炭，并且不久后还将向美国出口。不仅如此，莱茵哈特还利用家族产业的雄厚资本势力收购了澳大利亚多家电视媒体的股权，使汉考克公司从传统产业正式迈向新兴产业领域。显然，莱因哈特并非是一个坐吃山空的“富二代”，而是一个出色的财富继承人和精明的企业经营者。正如《福布斯》杂志亚洲版所描写的那样：20年前，一个年轻的澳大利亚妇人从老爸那里继承了并不景气的矿业公司；20年后，她不但让公司起死回生，还打造了财富的神话，使自己的身家直逼世界首富的位子。

其实，已经年近六旬的莱因哈特大可含饴弄孙，并停下脚步尽情享受财富的快乐，但她觉得把精力投注在开发澳洲的未来会更有意义。在一次煤矿开采启动仪式上，莱因哈特向应邀嘉宾袒露了自己的心迹：“花在这个试开采的煤矿上的投资，就足够我买一架漂亮的私人飞机；可是正如大家看到的，这笔钱全变成了这里的卡车和铲车。如果我花钱买了飞机，再雇两个飞行员的话，那谁来支付这些工人的工资？实际上，加上未来该项目员工和工人的工资、顾问的工资以及其他工程研究人员的工资，林林总总算起来，足够我买一两只豪华游艇的。”这段话后来被澳大利亚的多家媒体转载和传颂。

莱因哈特公司的员工几乎都知道自己的老板从不穿名牌，经常是一身衬衫、长裤、慢跑鞋的打扮，并且时常还会亲自下矿坑与工人一起劳动。让人感动的是，莱因哈特至今依然居住在20多年前的老房子里，即使四个儿女要求为母亲购置新房，莱因哈特也从未肯首。⑧



每天凌晨5点前范家辉就一定会起床，从5、6份报纸刊物中择取二三十篇文章进行精读，然后再从中挑选一篇最好的、有积极启发的文章，以通过邮件发给同事、朋友及客户。范家辉喜欢这样通过看似“简单”的沟通方法，让更多人能感受到被关注的温暖。

范家辉，美国如新（NU SKIN）集团大中华区域总裁，直接负责中国大陆、台湾、香港和澳门的市场业务。在直销业方面，范家辉贡献良多。2000年至2006年，他历任世界直销协会联合会董事；1997年至2002年，担任香港直销协会执行委员及曾任两届主席；此外，2002年，被推举为新加坡直销协会理事及会员事务委员。

# BECOME RICH BECAUSE OF GIVING

## 范家辉：因付出而富有

文\_林志远 策划编辑\_于丹 责任编辑\_王淼

“今天我都做了什么事？有什么该做的却没做？做了什么不该做的？明天我该做什么……”每当深夜，范家辉在睡前都会问自己这样几个问题，这种习惯他已保持了十几年之久。他相信，这么做可以让他能有机会不断地总结自己，进而超越自己。

美国如新企业集团是一家生产个人保养品及营养品的公司，是全球最大的直销巨头之一，业务遍及全球共四十余个国家和地区。身为如新大中华区总裁的范家辉是典型的工作狂人，多年来，他凭借超强的自制力，长期保持着一项常人很难超越的“记录”——在最近的三十年中，他每天只休息4个小时，而且每天都能保持充沛的精力。



“在十一二岁的时候，我从一本书中了解到，人真正睡觉的时间只有4个小时，而普通人一般是8个小时，即头两个小时是浅睡，中间4个小时深度睡眠，最后两个小时慢慢醒来。”范家辉表示，在掌握了这个规律之后，他就开始不断的“锻炼”自己，直到每天他能够将睡眠时间控制在4个小时内，且每每都能直接进入深度睡眠状态。

拥有如此高质量睡眠的范家辉，却从来不会浪费自己的时间。

“我基本上比人家每天多8个小时，人家工作8小时，我工作16个小时。星期六、星期日，我会找事情做，不做事会不舒服。”范家辉给人的感觉就是一个永动机，一刻不停。

## ■ 从细节中积累自己

有人说范家辉学习能力非常强，任何管理思想他都可以做到深入浅出。但范家辉自己并不这么认为，“我并非能对每种思想理论都如数家珍，只是习惯在细节上能有所‘悟道’。”

从细节中积累自己，范家辉开玩笑时说过，这样的求知心态曾让他在童年就“明白”了什么是领导力，而这也是他人生的第一课。

当范家辉一岁时，母亲就离开了，父亲常年在外谋生，他则是在奶奶的呵护下长大的。“那时，奶奶天天推个木头车去卖檀香，一个人带大了四个女儿，两个孙儿。”并不殷实的家境，让当时的范家辉很少去思考未来自己会怎样？

“我那时，从来没想过要做什么领袖。”范家辉回忆说，“包括那时的家里人，也都对我没抱什么期望。”

然而，从小就习惯观察的范家辉，慢慢发现奶奶在邻里中是备受

尊敬的。“那时，很多邻里间的纠纷，都会来找我奶奶帮忙解决。”范家辉说，“我那时感觉，奶奶就是我心目中的领袖。”

慢慢地，他开始领悟到一个人如何才能拥有“浑然天成”的领导气质，“人不论职位高低，重要的是能坚持、能担当、能注重细节，这样才能赢得真正的尊重。”即便多年后的今天，范家辉依然认为儿时的这一感悟是自己最为受用终身的。

如今，已历练职场多年的范家辉依然保持当年细致入微的谦学心态，而不同的是，他的思想深度已今非昔比。

以管理哲学为例，范家辉依据其所处的直销行业的特殊性，并没有采用传统权威式、由上而下的正三角形企业构架，而是独树一帜的采用了“倒三角”模式。

“我的管理分成三个层级，最上层是每天在市场上推广产品及事业机会的直销商，中层是内部员工，给予前线直销商辅助及服务。中下层是公司的经理、总监、副总裁等中高阶管理人，我则在最底层。”在范家辉看来，这样的管理方式不仅有利于企业对一线员工的支持，同时，也有利于资源的有效调配。

“不仅如此，因为是倒三角方式，我就更加要保持住我的经营理念能够做到稳扎稳打。”范家辉认为，当公司的规模愈大，倒三角形的最上层就会愈宽，假如最底部东倒西歪，整个组织就会溃散。

“直销是人的事业，我的倒三角方式会将我们的视角放广，而不会一味的盯在业绩上。”范家辉表示，直销公司应首先把服务于人的理念坚守住。“只有员工得到企业的温暖、无私的支持，他们才能深刻理解如新‘善’的文化核心，才能将更多的‘善’惠及周围的人。”



# Link:

## 善的使命源

范家辉的善行正是印证了如新集团的企业使命：要成为世界上一股善的力量，让世界变得更美好。

### 集团基金：

如新集团为了落实在全球推动“善的力量”的理念并于1996年投入、创办“如新善的力量基金会”。

### 基金来源：

- 如新集团的员工、直销商、股东捐赠、募款活动以及销售产品的部分所得。
- 每卖出一瓶Epoch系列产品，如新公司便捐出0.25美元予基金会。

## ■ 以“慢跑”求胜

“Andrew (范家辉的英文名) 在NU SKIN可谓如鱼得水。”范家辉的一位香港好友说，“他既可以通过广布善举来帮助更多的人，还能去不断践行和完善自己的管理思想。与此同时，他身为总裁还能应对各种压力，特别是该怎么拿下更大的市场，这是他每天都要挑战的课题。”

朋友的观察不无道理，在中国虽然直销市场在不断的完善，但毕竟还有更多的人不了解或不愿意参与直销事业，甚至抗拒购买直销产品。

但这样的市场现状，却让范家辉感觉异常的兴奋，他认为这恰恰说明了市场空间的巨大，如新在中国的发展潜力不可限量。然而战略上的乐观，并不会取代战术上的严谨。

“虽然我们面对的市场巨大，但我仍会经常和公司同事讲一个‘倒啤酒’的理论。刚学倒啤酒的时候，我们通常会猛地从杯子口倒下去，很快就倒满了，但是酒杯里2/3都是泡沫。但如果我们把杯子斜一点、慢一点顺着旁边滑下去，虽然多花一点时间，但整个杯子里都装满了啤酒。”细心的范家辉希望通过这样的诱导，能够让公司同仁们保持住更加沉稳的工作心态。

范家辉认为，当很多企业在进入一个庞大的市场时，求快是他们最容易犯的错误。“从互联网的发展来看，我认为当下无疑是一个信息高速传播的时代。不少新产品一进入市场，企业就按捺不住‘冲动’，希望用大量的广告来把品牌打响，我感觉这个策略有点本末倒置。”

依据范家辉的管理理念，在没有准备好销售、物流售后等一系列问题前，品牌打响了，消费者却找不到合适的销售人员，必然迫使

企业加快扩充销售团队，而临时组建的销售团队又可能不够了解产品特性，进而形成一个恶性循环。

“我们做的是日用品，与日常生活息息相关。我用的方法是，在最初花些时间让销售人员充分了解产品，使他们为顾客提供服务的时候，能让顾客充分了解产品的特性，与客户的需求结合在一起。这个过程看来是很慢，但是这个慢会让销售人员累积经验，然后，他们不仅是销售，还是老师，能给顾客提供专业的指导、帮助和服务。”

然而范家辉的“倒啤酒”思想，并非一味求稳，而是蓄势待发。“也许在最初的五年到十年，企业发展都是平稳的，但是累积到一定程度的时候，每个人具备了能力，从一个到十个，慢慢地发展，十个以后就是快速增长。”

这无疑就是范家辉版本的“可持续发展”。范家辉说，“中国的经济前景非常好，趋势大师约翰·奈斯比特认为中国将在未来超越美国成为全球第一大经济体，是任何有远见的公司都不会错过的市场。然而，中国地域宽广、人口密集，对于很多跨国公司而言，庞大的中国市场犹如一头大象。要吃掉一头大象，一口是没有办法做到的，要一口一口、一块一块地吃，否则的话，会消化不良。”

能有这样的感触与范家辉在如新的经历是不无相关的，做为美国如新集团亚洲市场的创始人之一，范家辉曾先后被委派开拓及管理12个亚洲市场包括：中国大陆、台湾、香港、澳门、新加坡、马来西亚、泰国、菲律宾、印度尼西亚和文莱等。

在他看来，中国与其他亚洲市场有着本质的不同。“中国内地，几乎每个省(市、自治区)都是一个不同的市场，各自的发展程度、消费观及地域文化等都有很大差异，因此，必须要因地制宜。”如今，范家辉心中的目标已不单单是每年的业绩增长，更重要的是经验的累积。





■图为美国如新 (NU SKIN) 大中华区总裁范家辉看望患先天性心脏病的儿童的场景。

## ■ 打造可持续慈善“标签”

保持住每日工作16个小时的好处，就是让范家辉在践行如新“至善”的企业精神时，能有更多的时间。

每天凌晨5点前他就一定会起床，从5、6份报纸刊物中择取二三十篇文章进行精读，然后再从中挑选一篇最好的、有积极启发的文章，以通过邮件发给同事、朋友及客户。

“这种方式我坚持了十几年，每天早上很多人看我的电邮，之后回复我。这些回复的电邮里，他们表示了谢意，也给予了反馈，说看了我挑选的文章后，改变了自己的思考模式。”范家辉喜欢这样通过看似“简单”的沟通方法，让更多人能感受到被关注的温暖。

日行一善，范家辉认为给朋友们发好的文章就是如新善行的一种组成部分，“一辈子做几个好事不难，天天做好事才是难事，这既是需要每个人能够坚持不懈，同时，也是我们NU SKIN倡导的精神。”

助人向善，范家辉一向认为这是企业的社会责任的重要

体现，也是企业核心竞争力的重要一环。“我不认为每个如新员工，每天要捐钱做善事才是正确的，其实你只要愿意为社会出力，能够对人好一点，或者你记住父母的生日，即使自己不在家里面，也可以给他打一个电话，这也是好事。”善无大小之分，也许这正是如新得以被大众接受的重要原因之一。

而今在国际严峻的经济形势之下，以“善行天下”为企业理念的如新，却取得了超过70%的同比增长率，这与其在逆境中大踏步的推进履行社会责任是分不开的。

“记得在5.12汶川大地震的时候，当时我正在香港开会，得知灾情后，我们一万多员工仅半天时间就筹了600多万现金，公司也同时筹备了3千多万的物资捐给灾区。”范家辉说，“做生意，我们会关注业绩的成长，但更注重的是对这个社会有什么贡献。”

如新在中国的发展道路并不平坦，业绩曾一度落入低谷。但在根据市场需求推出最新抗衰老产品ageLOC之后，创出了三日内快速销售达1600万美元纪录，于逆市创下2009年财年总营收13.3亿美元的佳绩，2010年总营收更是达到了15亿美元。

在范家辉看来，这样的成绩正是如新的使命善果呈现。“我认为如新的使命就是，在世界各地凝聚一股善的力量，不断创新出优质产品，并充实积累优良文化，赋予人们提高生活品质的力量。”将善行作为企业社会责任的重要体现，这种企业驱动力，已不再单纯的通过产品形式呈现。

“多年前，我在一个节目中看到主持人访问某个企业的CEO，问他企业的社会责任是怎么一回事，他的回答只是一个字‘way’，一定要找对方法，实现盈利，企业的员工才可以发展、才有前途，员工的家庭才会幸福，这是那位CEO界定的企业的基本社会责任。”范家辉说，“而对比如新来看，我们确实也要赚钱才可以纳税，才能支持国家、社会的发展。但是多年以来，我始终认为，这个理念之下应该有一个增添。”

范家辉不否认企业盈利的重要性，但他觉得企业的善行，才是其社会责任首要核心。在他看来，善应是多方面的。“我们的产品、服务，我们种种的东西都一定要保护我们的消费者，也要保护我们社会的正常发展，这是重中之重。因为做到这个事情，我们才可持续性发展、持续盈利、为公益慈善事业投入更多，这是我对企业社会责任健康发展三部曲的模式理解。”<sup>⑤</sup>



2011年春拍，香港苏富比东南亚艺术专场的总成交额突破1亿港元，创苏富比该专场历年来的最好成绩。其中，印度尼西亚艺术巨匠古拿湾（Hendra Gunawan）于1977年创作的《蛇舞者》成为标王，以1634万港元大幅度超越了其估价（120万—220万港元）。

此画的灵感来源于画家在1940年—1950年期间，一次欣赏蛇舞表演的经历。画面中的舞者衣衫靓丽，两手分别握着两条蜿蜒的细蛇，并尽情扭动着肢体，让观众们看得目瞪口呆。那生动无比、截然不同却又相互平衡的线条与色彩，满载着人们的生活热情。可以说，这幅作品也是东南亚艺术的一个缩影：这里的艺术家似乎拥有天赋般的强烈感官接收力与深刻的感性，种种欢愉的、宗教的、幽默的、批判的、思辨的、冲突的元素，都能在深厚的母体文化熔炉以及艺术家个人深具弹性的转换能力中，化为直觉而流畅的艺术语言。

■印尼 古拿湾《蛇舞者》 成交价1634万港元  
香港苏富比 2011年4月4日

# SOUTHEAST ASIA MODERN ART: FAMILIAR AND UNACQUAINTED

## 既熟悉又陌生：东南亚现代艺术

文\_杜卡 策划编辑\_陈方诗 责任编辑\_黄敏

有着独特且悠久历史的东南亚，其现代和当代艺术，正如这亚热带多样的色彩一般绚烂。它也逐渐成为亚洲拍卖场上极具吸引力的新兴收藏领域。





■德国 史毕斯《巴厘岛传奇》 1690万港元 香港佳士得 2010年11月29日



■德国 史毕斯《布扬湖》 547.95万港元 香港苏富比 2008年4月8日

## 有一种风情叫东南亚

台湾著名词人、音乐制作人姚谦，15年前便开始钟情于收藏东南亚艺术品。他说：“也许对我们来讲，东南亚只是一个大致的轮廓。事实上，那里有不同的语言、不同的文化、不同的生活、不同的宗教、不同的历史和价值观存在着，当然，同时也产生着不同风格的艺术。”的确，东南亚无论在地理、人种、文化或宗教上，都是一个多元、多彩的区域。中国是其近邻，彼此间的经贸文化往来十分紧密；而印度则利用海上交通，并透过商业活动把南亚次大陆的宗教带到这里，使这里的文化格局发生了变化。印度教、佛教、基督教、伊斯兰教和原始崇拜等在此汇集，再加上欧洲殖民者遗留下来的西方文化与制度在这里相遇、碰撞、融合，由此构成了东南亚现代美术的独特面貌。

## 西方人眼中的巴厘岛

在前几个世纪，整个东南亚，除泰国之外都历经了西方国家长期殖民的历史，这也在客观上造成了大批欧洲的艺术家来此旅行或者长期旅居，以至于深受当地气息的感染，创作了大量反映当地风土人情的作品。特别是印尼的巴厘岛附近，聚集了一批欧洲的文化人士。这些艺术家的作品，已经成为东南亚现代艺术中非常重要的组成部分，也是拥有良好国际市场的特色板块。

比如，史毕斯 (Walter Spies) 的名字就经常出现在与巴厘岛艺术有关的书籍当中，为传统的巴厘艺术带来崭新的现代感。这个19世纪末生于莫斯科的有点害羞的德国艺术家，在1923年带着他在欧洲所受到的现代哲学思想、早期电影文化的熏陶，以及他在第一次世界大战中被软



■越南 武元谈 《在花园中交谈的贵妇》 204.75万港元 香港苏富比 2008年4月8日



■越南 黎谱《白衣少女》170万港元 香港佳士得 2010年11月29日

禁俄罗斯乌拉尔地区时所接触的游牧民间艺术的印象，越洋前往印尼。1927年，史毕斯搬往巴厘岛，并开始积极举办美术展览、改编本土音乐、重编民族舞，同时，他自己也在不停地进行绘画创作，以西方的技法将巴厘岛的纯朴精神与勃勃生机展现于画布上。

绘于1929年的《巴厘岛传奇》是史毕斯的巅峰之作，展现了艺术家对疯狂动作的设想，并暗自表现出巴厘郊区朴实生活中蕴藏的充沛情感和对生活的欲望。在2010年香港佳士得秋拍中，此幅画作以1690万港元创下艺术家个人拍卖纪录。在史毕斯生前一封仅存的书信中，他兴奋地向朋友提及该画“充满幻想”，且有“与世上截然不同的景观……作品完全是非自然的，但却是以近乎现实的风格画成，展示出俄罗斯壁画的元素，又或是与卢梭（Henri Rousseau，法国画家，‘朴素派’鼻祖，笔者注）相关联。”这幅画作的熟练笔触、光影的巧妙处理以至景观轮廓，都反映出他受贴近现代主义时期的战后欧洲艺术所影响。

荷兰艺术家邦尼（Rudolf Bonnet）也是印尼现代绘画中举足轻重的人物。他的绘画倾向自然主义，为巴厘岛带来解剖和肖像画法，在光影的晕染上更是前进了一大步。其巨作《市集》描绘了岛民赶集的热闹场景，人物众多、姿态逼真、构图严谨，在2007年拍至1153万港元。

不过，由于当时他们的创作在当地几乎没有市场，多是为日渐蓬勃的观光客创作。巴厘岛形象的塑造也在这个时期渐渐形成。这些欧洲艺术家大力推动了巴厘艺术的发展，但也有批评指出，许多优秀的艺术家因为作品不符合欧洲品味而没有受到赞扬和推广。

### 越南仕女画：温婉东方美

东南亚现代本土画家中，越南艺术家尤其值得关注，譬如在拍卖场上颇受欢迎的黎谱和武元谈。他们深为女性的妩媚而倾倒，喜爱描画女人的嫩颈纤腰和玲珑曲线，用暖光线及轻柔笔触，把女性的万般温婉表现得淋漓尽致，这也是越南传统对女性美的最佳演绎。

武元谈于1931年在印度支那美术学院毕业后移居法国。他作于1939年的水墨水粉绢本画《在花园中交谈的贵妇》（204.75万港元），描画了五位衣着高雅缤纷的妇女盘起秀发，露出优美的颈项，静坐在花园中聊天，神态闲适。黎谱则是同时期另一位有东西合璧风格的越南画家，其肖像画法与法国沙龙艺术家很相似。他的《白衣少女》（170万港元）堪称一幅笔法精炼流丽的佳作。这幅作品描绘一名稍事休息的女子，身穿白色越式旗袍“奥黛”（丝绸长袍陪衬宽身长裤的服装），一边手腕上搭着淡蓝色的薄纱，轻轻倚靠在画工雅致的枕头上。



■ 印尼 李曼峰《巴厘民采》2530万港元 香港苏富比 2010年4月5日



### 南洋画派：浓浓中华情

当然，南洋画派也是东南亚现代艺术中的重要风貌（东南亚地区在中国古称“南洋”）。上世纪50年代，一批以刘抗、陈宗瑞为代表的华人艺术家，在新加坡提出了南洋画派的概念。它以东南亚作为一个整体的文化区域，以融汇各民族文化、沟通东西方艺术为基础，创造了包涵西方美术技巧、中国传统美学及本土文化影响的南洋风格。

李曼峰正是南洋画派的活跃者，其作品现多数为印尼总统府珍藏。他1913年生于广州，3岁在新加坡受中英文教育，少年丧父辍学，后到印尼等多个国家生活和创作。1941年与徐悲鸿结识，徐悲鸿对他的潜质与才具非常激赏，称他“才艺使人动心”，并鼓励他成为一位大

师。2010年4月，李曼峰约作于上世纪60年代的《巴厘民采》以2530万港元刷新了东南亚艺术品的世界拍卖纪录。他透过明快的笔触，细腻刻画了巴厘岛民平静安逸的日常生活。此画作糅合了中西两种风格之精髓：主体以富西洋意味的构图作安排，并用油彩逼真地描绘出来，而背景则充满了中国水墨画的意境。

骏马也是李曼峰喜好的题材。其《群马图》（818万港元），无论线条还是颜色都是传统水墨画的韵味，神似徐悲鸿毛笔下的骏马，左上方还有行楷题款并加盖红色印章。背景的群山则很接近中国的岭南画派，让人很难看出这是一幅油画。

■印尼 李曼峰《群马图》 818万港元 香港苏富比 2009年10月6日



### 艺术新贵的价值洼地

目前，东南亚艺术品的收藏家一半以上来自印尼、香港和新加坡，而其中大部分又为当地华人。因为在东南亚，华人多是富裕阶层，所以主要藏家也普遍为当地华侨。“以前这些华人藏家买东南亚老画家的传统油画。这几年，他们看到新兴的当代艺术发展起来，而且价位适中，于是也出手购藏。”CIGE中艺博国际画廊博览会总监王一涵说。此外，苏富比东南亚区董事莫锦川透露：“台湾藏家2010年收藏东南亚艺术品的金额较2009年增长1倍，跟2007年比更是增长230%。”

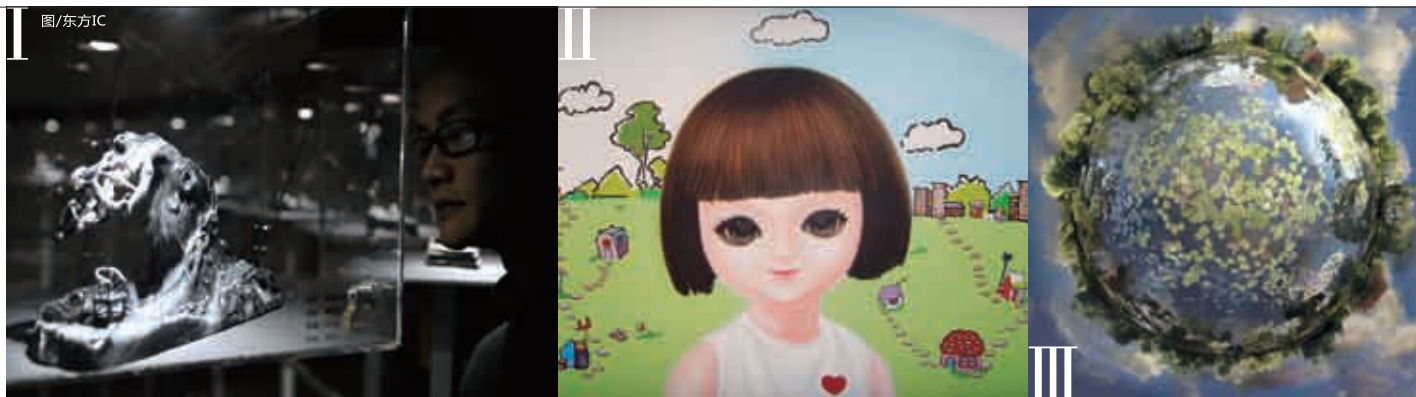
其实，东南亚艺术品在香港拍场上是尤为年轻的板块。佳士得在2002年才首次把它移到香港，并逐渐在拍卖中引入东南亚当代艺术作品。这个做法是来自于佳士得的信念和视角：把全亚洲的艺术板块放到同一个屋檐下。而中日韩和印度艺术市场的红火，有效带动了整个亚洲艺术市场的人气和关注度，其中当然包括东南亚。2008年春季，苏富比也采取同样策略，把东南亚艺术拍卖从新加坡移师香港。令人欣慰的是，在当年国际金融海啸之后，东南亚艺术品由于没有被过度地炒卖，价格仍稳步上扬。如今，这种全亚洲艺术拍品交互交易

(cross-buying)的积极效应，鼓舞人心。

索卡艺术中心是在中国境内最早开始推介东南亚艺术的画廊。2007年4月，在新加坡举行的苏富比拍卖会上，索卡老板萧富元大量买进东南亚当代艺术品。“当时只有我们和欧美的客人在买。我们那场拿下很多作品，因为价格实在诱人。拍完后即有传言，索卡要用1000万美金收购东南亚当代艺术，甚至有些画廊说这是一个资本家掠夺市场。于是大家跟风，价格就拉高了。”萧富元说。印尼雷莎蒂拍卖行总裁丹尼尔·高青山(Daniel Komala)也认同萧富元的观点，他说：“过去五年，东南亚艺术品的整体价格迅速上升约两到三倍。买家虽然仍以印尼等东南亚收藏家为主，但同时也有越来越多的台湾藏家参与，近年亦出现一些搜寻亚洲新鲜天才艺术家的欧洲买家，中国内地收藏家也开始加入了。”

不过，东南亚艺术品在中国会有良好市场吗？萧富元对此看法很坚定：“中国势必成为世界强国。一个强国关心的范围是国际，艺术也是。只要中国有真正的收藏家出现，这个潜力是无穷的。”<sup>⑧</sup>





# THE CHARMING ART FEAST

## 魅力艺术盛宴

### I ■ 和光同尘·邱启敬个展

展览城市：北京

展览时间：2011年11月24日—2011年12月19日

展览地点：798艺术区白盒子艺术馆/卓越艺术空间

798白盒子艺术馆和卓越艺术空间将同步推出艺术家邱启敬《和光同尘》大型个展，白盒子艺术馆将倾力呈现艺术家新近创作的青花和田白玉系列作品，直溯中国古典人文传统，在东方文人艺术中汲取营养，作品更因其材质名贵，成为众人关注的焦点。其中在卓越艺术空间展出的印章系列作品耗时五年，累计500多件，体量宏大，通过对男权传统和欲望红尘的全面反思展开了更深层人性的剖析。

### II ■ “瞳镜”瞿榕作品展暨S.O艺术空间新展厅开幕展

展览城市：上海

展览时间：2011年11月26日—2011年12月25日

展览地点：上海S·O艺术空间

瞳窥世界，镜观内心。瞳孔是瞿榕绘画中的窗户，透过每一张画面的瞳孔，我们可以读出瞳孔之外的世界。在透彻的眼神之外，像是安置了一面明亮的镜子，在反射外界的同时洞悉着人物的内心。瞿榕一直坚持着自己的卡通风格，她在这种风格之下演绎着色彩斑斓的纯真世界。其笔下的人物已不是简单的卡通符号，她更强调用内心的情绪打动人。她不在乎别人把她的画贴上何种标签，也不在乎她的绘画是否会受到市场的欢迎，她一直安静、沉着地创作，不融于时流。没有过多悲悯、挣扎的情结，画面中的人物始终像未曾涉世的孩童，天真地打量着这个纷繁的世界，眼神单纯没有任何杂质，这也是她作品最具感染力的地方。

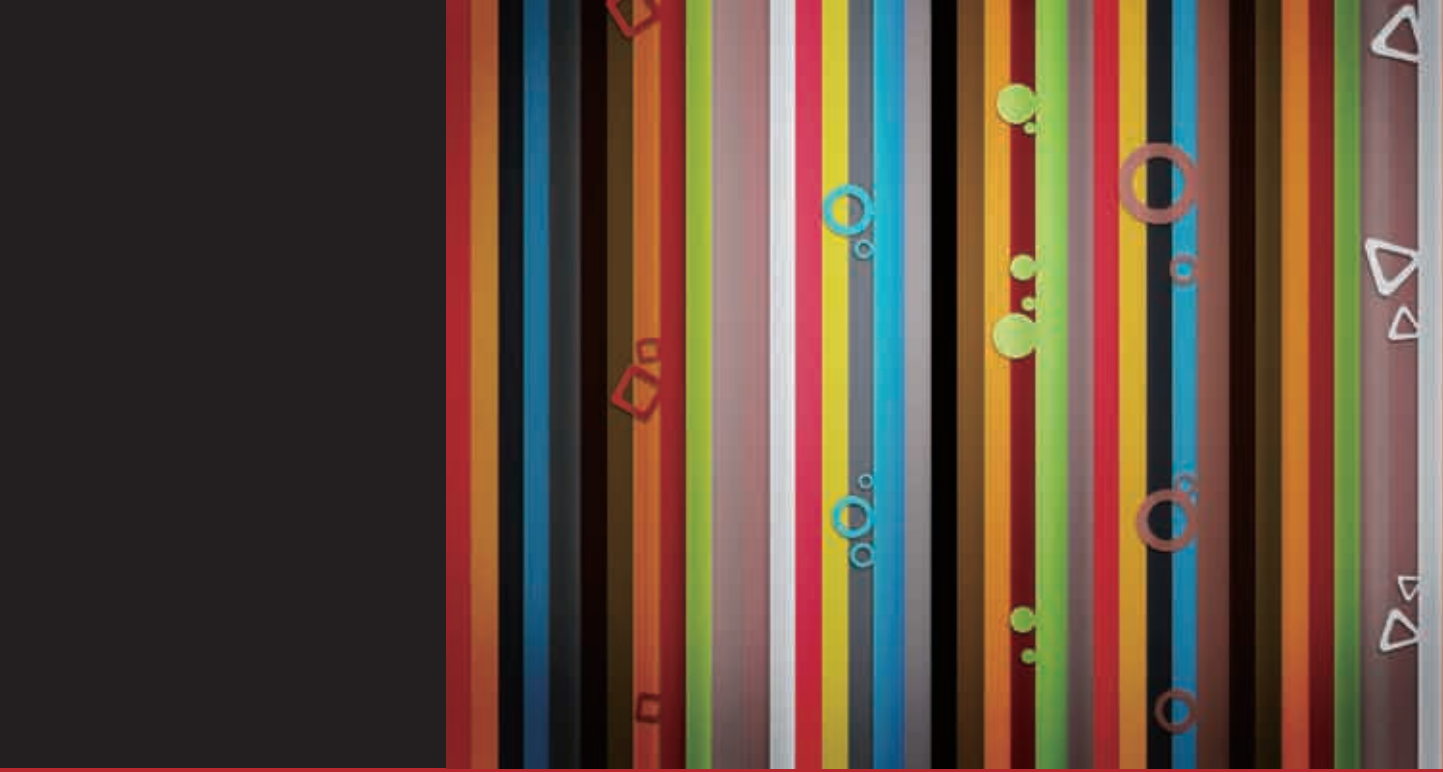
### III ■ 凯瑟琳·尼尔森个人摄影作品展

展览城市：北京

展览时间：2011年11月26日—2012年1月20日

展览地点：巴黎·北京画廊

凯瑟琳·尼尔森的摄影作品以球形为载体，将时空的更迭通过梦幻且极其细腻的表现方式，诠释出当代“自然”这一词语的真正意义与其所蕴涵的能量。受布鲁格尔和印象派绘画的影响，这位艺术家充分根据自己对图像的直觉进行创作，而不拘泥于其实际的意义，她曾这样表示：“我喜欢每个人都从自己的角度去理解作品。其实我本人更愿意将这一系列看做是绘画而不是摄影作品，它应归于传统的风景绘画一类。我认为我是在用相机记录下这一幕，用画笔描绘出来的。”<sup>②</sup>



WEALTH  
REPORT

财富报告



# FINANCIAL IC CARD ERA: BENEFIT PEOPLE'S LIVELIHOOD

## 惠及民生的金融IC卡时代

策划编辑\_钟亚超 责任编辑\_黄敏 赵晓璐

民生是指与实现人的生存权利有关的全部需求以及与实现人的发展权利有关的普遍需求,涵盖了教育、医疗、社保、环保等事关百姓生活和社会进步的诸多领域。解决好民生问题是构建和谐社会的重要内容,工商银行在金融民生领域服务方面做了大量工作,并推出多个领域的金融IC卡。金融IC卡又称银行芯片卡,是以芯片为介质的银行卡,是金融服务民生的一个重要载体,是现代信息技术与金融服务的高度融合,可以有效满足人们安全、快捷、多卡合一、一卡通用的支付需求。



图/Getty Images

# SOCIAL SECURITY CARD: THE MULTIPLE USES OF ONE CARD

## 社保卡：让一卡多用不再遥远

为了让社保参保人享受更加便利、安全、快捷的社会保障和金融服务，工商银行按照中华人民共和国人力资源和社会保障部、中国人民银行对社会保障卡加载金融功能的有关要求，运用自身的客户优势、技术优势和品牌优势，积极推动社会保障一卡通应用推广，将社保芯片和金融芯片合一，发行具有金融功能的社会保障卡。

### 金融IC卡的优势及种类

工商银行从1995年发行国内首张智能金融IC卡至今，已累计发行各类金融IC卡1200多万张，占行业发卡量的80%以上，覆盖社会保障、医疗卫生、市民服务、交通管理等多个领域，积累了丰富的行业应用经验。

#### 金融IC卡的优势

##### 1. 一卡多用

金融IC卡存储容量大，可以加载多种行业应用，提高了人们生活和工作的现代化程度。

##### 2. 安全性高

金融IC卡可以处理复杂的技术运算，具有安全的密钥体系和难以复制的特点，大大降低伪卡风险，提高持卡人的用卡安全。

##### 3. 脱机支付

传统的磁条卡对使用环境和应用场景有着严格的要求，必须联机才能完成交易，而金融IC卡可以利用其电子现金功能进行脱机支付。

#### 金融IC卡的种类

##### 1. 医疗卫生

根据卫生部改革医疗收费服务管理与医保结算服务管理，逐步实现患者“先诊疗，后结算”的服务要求，工商银行与各省市的医疗卫生机构开展合作，配合医院推出了“先诊疗，后结算”的银医一卡通新型医疗结算服务模式。

##### 2. 市民服务

在人民银行和地方政府的合力推动下，工商银行在宁波、南京、长沙等地区面向市民发行符合PBOC2.0标准的市民卡，持卡人可持卡乘坐公共交通，并可在商场、餐馆、书店等众多领域实现快速付款消费。

##### 3. ETC

在交通运输部大力推广不停车收费（ETC）项目的背景下，工商银行与各地高速公路部门联合推出高速公路联名芯片卡，加载了不停车自动收费功能。

##### 4. 交通管理

工商银行联合各地交通管理部门面向驾驶员发行牡丹交通芯片卡，该芯片卡在金融应用的基础上增加了包含驾驶员信息管理、交通违章罚款等在内的交管行业应用。

##### 5. 铁路运输

工商银行携手广深铁路股份有限公司联合推出广深铁路牡丹金融IC卡，在实现快速支付功能的同时，还可为乘客提供直接刷卡进站乘车、无需排队等候购票的服务。

##### 6. 手机支付

工商银行联合中国联通、中国电信在深圳和广州共同推出了国内首张符合PBOC2.0标准的手机支付卡，在手机上不仅实现金融功能，还可用手机进行购物消费、查询、交费等服务。

## ■ 一卡多用的南京市民卡

工商银行江苏分行营业部与南京市政府合作发行的南京市民卡将民政、劳动、医疗卫生、公积金、公安、工商、税务、教育等政府服务项目，交通、公用事业以及其他小额支付等商业服务项目，整合于一张市民卡，持卡人不仅可以办理相关社会保险业务、享受社保待遇，而且可以持卡乘坐城市公共交通、办理公共事业缴费、刷卡购物等，为广大参保人提供了极大的便利，群众接受度和满意度不断提高。

### 社保卡推广的政策背景

社会保障卡加载金融功能是人力资源和社会保障部与人民银行贯彻落实“十二五”规划，促进金融服务民生，方便人民群众享受社会保障待遇和金融服务的重要举措。工商银行充分利用金融IC卡芯片储存容量大、扩展性好的特点，通过在单一芯片上同时加载社会保障应用和金融应用，实现社会保障卡和金融IC卡的“两卡合一”。加载金融功能后的社会保障卡，不但可作为持卡人享有社会保障和公共就业服务权益的电子凭证，具有信息记录、信息查询、业务办理等社会保障卡基本功能，也可作为银行卡使用，具有现金存取、转账、消费等金融功能，真正实现“一卡多用，全国通用”。按照规划，未来5年全国将发行8亿张具备金融功能的社会保障卡，覆盖全国60%的人口。

目前，工商银行与各级人社部门积极合作，已在全国21个省和直辖市的49个地市与当地社保部门合作社会保障一卡通，发行的社会保障卡（含医保卡）超过1000万张。为了进一步丰富社会保障一卡通功能，工商银行还积极对社会保障卡的功能进行创新，在保持社会保障卡主体地位不变的前提下，在具有金融功能的社会保障卡上加载了城市交通、公共事业等应用。

下一步，工商银行将继续与各级人社部门合作社会保障一卡通，积极推动社保卡与金融IC卡“二合一”，将在重庆、宁夏、新疆、贵州等地率先发行符合PBOC2.0标准和人社部标准的具有金融功能的社会保障卡（单一芯片同时加载社保应用和金融应用）。另外，工商银行将积极创新，不断丰富具有金融功能的社会保障卡的服务内容，努力拓展社保卡的应用范围和领域，进一步完善服务流程，为广大社保参保人提供更好更贴心的服务。

### 社会保障卡的特点

1. 社会保障卡加载金融功能主要通过和社会保障卡上加载银行业务应用实现。
2. 具有金融功能的社会保障卡是持卡人享有社会保障和公共就业服务权益的电子凭证，同时可作为银行卡使用，具有现金存取、转账、消费等金融功能。
3. 具有金融功能的社会保障卡的金融应用为人民币借记应用，暂不支持贷记功能，其使用范围限定在中华人民共和国境内。
4. 具有金融功能的社会保障卡卡片介质为接触式芯片卡，芯片中应同时包含社保应用和金融应用。

### 基于金融功能的社保应用

#### 社会保险费缴纳

1. 批量代扣模式：持卡人事先与社保、银行签署三方协议，只要卡内金额足够，不需要持卡人在场银行即可按期进行代扣处理。
2. 银行柜台模式：个人持加载了金融功能的社会保障卡可在银行柜面现场缴费。
3. 电子银行模式：持卡人可通过电子银行渠道，如网上银行、电话银行、自助终端等方式完成缴费。

#### 待遇领取

人社部门核定发放金额后，通过批量或单笔联机方式将相关信息发送至银行，银行相应从社保对公账户向借记卡账户进行转账处理，并将结果反馈给人社部门。此后，参保人可通过银行各渠道查询、取款或消费。

#### 其他服务功能

查询社保信息：可利用银行现有网上银行、自助终端等渠道查询社保信息，便于持卡人多渠道掌握本人参保情况。

### 社保卡的基本应用

#### 身份凭证

作为享受公共就业服务、就业扶持政策 and 参保登记、缴费申报、社会保险关系转移接续、医疗费用报销、待遇领取资格认证等业务办理的身份凭证。

#### 信息查询

以社会保障卡为入口，持卡人可以登录网站及在触摸屏上查询相关信息，还可以在网办上办理有关人力资源社会保障事务。⑤



# TRANSPORTATION CARD: POWER THE "UNBLOCKED ROAD"

## 交通卡: 助力“一路畅通”



图/Getty Images

为了帮助车主节约缴费时间,节省出行费用,工商银行以领先的芯片卡技术,积极配合交通运输部推广电子不停车收费系统(ETC),并与当地高速公路管理部门合作,以金融IC卡为载体,向车主提供集金融功能和高速公路缴费功能于一体的高速公路联名卡或交通卡,使持卡人车辆在通行高速公路收费站时,快速完成高速公路管理费的缴纳。

### 交通卡的优势特点

工商银行利用金融IC卡存储量大的特点,在银行芯片上加载高速公路应用,存储持卡人的基本信息、车辆信息、电子钱包信息、高速公路联网收费信息。通过银行芯片卡与车载单元(OBU)的配合来实现高速公路通行缴费功能。当车辆通过高速公路不停车收费通道(ETC)

时,进站口终端设备自动记录车辆信息、进站口信息,出站口终端根据车辆信息、出入站口信息,自动扣划通行费,从而以非现金方式实现高速公路缴费。当车辆通过高速公路停车收费通道(MTC)时,则由收费员直接在收费终端进行银行芯片卡信息读写,直接读取车辆信息,实现通行费扣划,同样可以快速通行。缴费成功后,车主还可到工商银行或高速公路管理局柜面及自助设备打印缴费凭证。同时,由于芯片卡工作原理类似于微型计算机,可处理复杂的技术运算和密钥管理,具有难以复制的特点,能大大降低伪卡风险,保障持卡人的用卡安全。

工商银行已在北京、河北、山东、江苏、陕西、贵州、湖北、宁波、安徽等地推出了可快速缴费通行的高速公路联名卡或交通卡。此外,工商银行还充分挖掘金融IC卡的可扩展性,在同一芯片上加载多行业的应用,为持卡人提供一卡多用的便利。



## ■ 工行北京分行推出“绿色交罚”活动

中国工商银行北京分行面向全市机动车驾驶员，推出了“新动百分百——绿色交罚”网上交罚有礼回馈活动，该活动将一直持续到今年年底。活动期间凡通过工行个人网上银行成功缴纳交通违章罚款的交通卡客户，即可获赠20元联通话费。

此次推出的“新动百分百——绿色交罚”网上交罚有礼回馈活动，旨在推广一种快捷、轻松、低碳的方式，使有需求的司机朋友免受奔波之苦，也在一定程度上缓解了交通压力、减少了尾气排放，为老百姓的轻松生活和营造良好城市环境出一份力。工行已经具备能够使客户享受便利快捷交罚服务的硬件条件，现在最需要做的，就是让更多的司机朋友了解并使用这项功能。交罚习惯逐渐从传统柜面向网上银行、自助银行的转变，不但给司机朋友提供了便利，而且缓解了交通拥堵和尾气排放，节省了资源消耗，同时也释放了更多的警力和银行的人力，可谓一举多得。

## 牡丹速通卡

工商银行北京分行日前推出了牡丹速通卡，车主只需持有效身份证件到工行营业网点申请办理牡丹速通卡，并到快通公司营业厅安装速通电子标签，启用牡丹速通储值卡功能，在向储值卡中充值后，即可实现不停车通过ETC通道，通行费用由系统直接从牡丹速通卡中扣除，或在经过人工收费通道(MTC)时，使用牡丹速通卡刷卡缴费通行。持工行牡丹速通卡支付高速公路通行费时，还可享受九五折优惠费率。

## 牡丹交通卡

工商银行在山东省推出的牡丹交通卡，是与山东省公安厅交通警察总队、山东省交通运输厅合作，面向山东省内驾驶员发行的集金融应用、交通管理应用和高速公路应用于一体的芯片联名卡。该卡除了具有现金存取、转账、消费等金融功能和高速公路快速缴费通行功能外，可实现交通违法处理同步代扣交通违法罚款功能，即现场缴纳罚款时，持卡人可通过其牡丹交通卡金融应用账户，现场刷卡完成缴纳交通违法罚款，对于非现场处罚或现场处罚但非现场缴纳罚款的，持卡人可持牡丹交通卡在工行自助终端上，实现非现场违法行为的自动处罚处理，实时生成罚单信息，并完成罚款缴纳。

## 境内首家专业“地铁支行”诞生

随着地铁网络的日趋完善，上海已经拥有包括11条线、425公里运营里程的地铁网络，成为国内首个突破400公里地铁网络的城市。地铁的发展，人流的聚集，对现代金融服务业提出了更高的要求。2011年6月28日，中国工商银行上海分行地铁支行正式成立，这也是中国境内第一家地铁专业支行。

地铁支行是工行上海分行全力打造的地铁银行的专业经营管理机构，它紧紧贴近城市居民出行，辐射地铁网络沿线领域，全面拓展工行轨道交通网络渠道，逐步形成地下与地面网点相衔接、与楼宇网点相对应的立体网络布局，塑造工行“地铁银行”新品牌。目前，工商银行上海分行已有12家地铁银行网点正式投入运行，主要布局于地铁网络中人流密集、商业配套完善的核心换乘枢纽，如地铁人民广场站、地铁静安寺站、地铁徐家汇站等，该行还在各地铁站内设置了超过120台自助设备，并争取在2013年前完成二十余家地铁网点的开设，逐步实现每个站点都配备至少2台自助设备，进一步确立工行在地铁渠道中的先发优势。工行地铁支行围绕为民服务、为民解忧的服务理念，采取自助机具加有人值守网点的服务模式，每家“地铁银行”网点内都设有理财业务柜台，并配备了服务经验丰富的客户经理，大大提升了网点的服务能级。客户不仅能够很方便地通过各种自助设备完成存取款、转账汇款、账户查询和存折补登等金融业务，而且有了客户经理的现场支持，像开户、购买理财产品、办理信用卡、开办电子银行和个人理财策划等比较复杂的业务也能够在地铁里轻松办理。

在未来的发展中，工行上海地铁支行将结合地铁路网东、西、南、北、中区域发展，以地铁客流中心区域、居民聚集区域、旅游集散区域站点为重点，扩大银行服务纵深，优化地铁金融环境，有效填补金融机构在地铁商圈专业化服务上的一项空白。☞

# MEDICARE CARD: SAVE MORE TIME FOR APPOINTMENTS WITH DOCTORS

## 医疗卡：预约看病更省时

工商银行将金融创新与服务民生相结合，从方便患者就医的角度出发，积极与各大医院合作，开展金融医疗服务，全力推进银医一卡通项目，使持卡客户通过工商银行的自助终端、网上银行、电话银行等自助渠道就能轻松快捷地实现预约挂号，并且在医院就诊时享受“先诊疗，后结算”的便民服务，省去排队挂号、付费等耗时环节。

### 银医一卡通的优势特点

银医一卡通是将银行系统与医院系统进行有机结合，由工商银行与医院联合面向患者发行、集诊疗服务功能和医疗结算功能于一体的银行医疗卡，依托银行自助终端、网上银行、电话银行等渠道，为医院及患者提供一揽子的医疗服务解决方案。银行医疗卡既是患者在医院挂号就诊和医疗结算的服务介质，也是医院系统信息化建设的主要载体。它不仅具有银行卡的金融结算功能，还具有挂号、缴费、就诊、充值、打单、退费等服务功能，真正实现了一卡多用。

目前，工商银行已在北京、宁夏、湖北、上海、四川、湖南、吉林、大连、浙江、黑龙江、重庆等多个地区与当地知名大医院如中国人民解放军总医院（301医院）、北京协和医院、宁夏医科大学总医院、武汉市中心医院、复旦大学附属耳鼻喉科医院、四川大学华西医院、四川大学华西第二医院、中南大学湘雅医院、吉林大学第一医院、大连皮肤病医院、浙江省台州医院、中国人民解放军二一医院、重庆医科大学附属儿童医院等多家医院合作，推出各具特色的银医一卡通产品和服务，方便客户预约挂号和诊疗付费。

### 银医一卡通服务功能

#### 1. 预约挂号

工商银行网上银行、电话银行和自助终端等服务渠道向患者提供全方位的预约挂号服务。可分为网上银行预约挂号以及自助终端预约挂号两种形式。

#### 2. 费用缴纳

患者持银行医疗卡到检查治疗的科室就医或持药方到医院自助终端处刷卡缴费后，即可接受检查治疗或取药。

#### (1) 诊疗实时缴费

医院系统与工商银行系统对接，患者持银行医疗卡到医生处确认挂号身份，医生为患者在医院HIS系统中开具检查单据和药品处方。患者持卡到检查室进行检查或到药房取药，医院工作人员在医院HIS系统通过划卡确认患者身份，经患者确认后支付。

#### (2) 诊前预缴费

医院系统与工商银行系统对接，利用工商银行银行卡预授权功能，在医生为患者开具检查单据和药品处方后，患者持银行医疗卡直接到检查治疗科室或药房刷卡预付费或到医院自助终端上完成预付费交易，即可进行检查、治疗或取药。就诊结束后，患者可直接离院。银行自动将患者缴费资金划转医院。

#### 3. 票据打印

患者可在自助终端上打印化验单、缴费清单、发票等票据。

#### 4. 健康档案管理

加载金融功能的芯片诊疗卡可协助医院管理患者健康档案，包括记录和存储患者的个人基本信息、病史信息、诊疗信息等，便于医生全面掌握患者的健康状况及诊疗情况，提高诊疗服务水平。

#### 5. 账户管理

为持卡人提供个人账户信息查询、诊疗信息查询、挂失、换卡各项账户管理服务。

#### 6. 医保对接

与持卡人医保账户建立关联，在支付诊疗费用时，先通过医保基金实时清算，剩余费用由个人账户支付。④

# MILITARY SECURITY CARD: FINANCE SERVES TROOPS

## 军人保障卡：服务最可爱的人

图/东方IC



■2011年10月31日，武警浙江总队直属支队千余名官兵开展爱民助民、慰问特困居民活动，受到群众欢迎。

军人保障卡是面向军队指定个人客户群体的借记卡产品，以芯片+磁条双介质复合卡为载体，具备部队后勤保障和银行金融服务双重功能，既可办理部队内部的持卡就医、依卡领装、住房档案管理后勤业务，也具备持卡消费、存取现金、代发工资等金融功能，真正实现了“一卡多用”。

工商银行自2009年11月作为军人保障卡的试点发卡行参与该卡的应用推广以来，一直高度重视军人保障卡业务的开展和管理，认真落实人民银行和总后勤部对军人保障卡银行业务推广的相关要求，按照“积极认真，部署合理，管理严格，操作规范”的基本原则，切实加强管理、防范风险，确保业务推广有序推进。

为切实提高军人保障卡客户服务水平，真正做到“让部队放心，让官兵满意”，工商银行充分考虑部队官兵办卡、用卡的便利性，在部队单位较集中的地区，要求周边营业网点开设“军人服务窗口”或设置优先叫号，以缩短业务办理时间；对于远离工行营业网点的部队单位，通过上门服务集中办理相关业务；优先保障部队单位对自助设备的需求，加大对营区、生活区的自助设备投放量，满足官兵存取现金、转账

汇款、查询缴费等日常金融需求。除此之外，工商银行还为军人保障卡客户提供诸多特色服务：

1. 免费为军人保障卡开通账户余额变动提醒，目前是五家发卡行中唯一免费提供该项服务的银行，该项服务受到了部队官兵的一致好评；
2. 提供自动转账服务，军人保障卡内资金可按约定周期或协定金额转至本人或家属的工行账户，满足资金调拨管理和办理其他银行业务的需求；
3. 结合八一建军节，面向军人保障卡客户发行专属的理财产品，部队官兵可凭本人的军人保障卡进行购买。

工商银行一贯秉承“服务国防和军队现代化建设”的理念，始终坚持为部队提供优质、高效的金融服务。参与军人保障卡银行业务的应用推广，不仅体现了工商银行支持国防和军队建设，向广大官兵提供优质便捷服务的实际行动，对于巩固和深化军银关系、弘扬拥军优军的优良传统具有重要意义；同时也是工商银行进行观念创新、产品创新、服务创新的有益探索，对于拓展银行业务模式、提升服务水平具有重要意义。⑧



# INERTIAL THINKING FOR VALUE STOCK INVESTMENT



## 价值股投资的惯性思维

文\_齐东超 [汇添富民营活力基金基金经理] 策划编辑\_钟亚超 责任编辑\_黄敏

2010年以来,中小市值股票的局部性牛市不断冲击着投资者的传统思路。很多成立仅数年的公司享受着几十亿甚至上百亿的市值和好几十倍的市盈率,而很多产业地位优势显著、盈利质量优良的老牌公司,却只有相似的市值和个位数的市盈率。但习惯性思维往往会使投资者规避前者,而信心满满地买入后者,并且不断告诫自己,这才是真正的价值投资。有意思的是,中小市值股票的泡沫今年受到了预期中的挤压,但所谓的低估值蓝筹股跌幅也不小。因此,很多这样的投资者可能着实领教了什么叫价值股“陷阱”。

一般来看,价值股大体可以分为三类。一类是资产富余型,这类公司往往因为账面利润低而使得市盈率极高,如果将其拥有的现金、土地、自然资源、特许经营权分割出来,即可以覆盖市值。第二类是低谷期的行业龙头,这类公司往往在某个行业拥有高市场占有率和明显的比较优势,因为整体行业低迷盈利能力差,但一旦行业好转,盈利能力就可能急剧提升。第三类是还在“成长”的潜在冠军,这类公司可能拥有极佳的产品,但欠缺好的销售能力,也可能实现了极大的销售收入,但欠缺较好的成本控制能力等等,它们需要不断发展来完善自己,从而实现价值提升。

实践教给投资者两个道理:第一,价值股确实可以避免投资者亏掉很多钱,但投资者无法预料市场的价格折扣会到哪里结束,而且也无法确定随着时间的推移,它的价值是不是一定能够体现出来。第二,价值股的价值实现,一定是某些外力引发了其价值的体现。

资产富裕型公司投资机会的体现,很大程度上依赖于制度的完善。国外时髦的“兀鹫投资者”即为此类,通过分割所买入资产实现盈利。国内现阶段机构投资者仍然以公募基金为主,10%的持股比

例限制使得其主要行使财务投资者的角色,实际参与企业经营决策的成分有限。即使标的公司出售了相应资产,但所得利润很少返回给股东,继续投入的业务没有清晰的盈利前景,仍然无法为股东盈利。

关于低谷期的行业龙头的投资很容易让人感到迷惑。彼得·林奇说:“这类公司都是一些大型的知名公司,最容易让粗心的投资者轻易投资,同时又让投资者认为它最安全。”但事实却可能不是这样,这类公司衰退时可能会损失掉数十亿美元而在繁荣时又会赚进数十亿美元,而且在衰退和繁荣之间交替使得其股票的波动没有规律可循,市值的损失也比大多数股票严重得多。相应的实践也教会我们,尽量避免从市盈率的角度来看待这一领域的投资,而是应该花更多的时间去考证行业本身的周期。现代社会信息化的发展,使得大部分产业周期的变动越来越无序,产业低迷的时间时常超出经验上的判断。尽早把握行业和公司衰退或者繁荣的早期迹象,是投资中最核心的工作。

还在“成长”的潜在冠军的机会出现概率逐渐增大,并且具备一定的可操作性。随着我国资本市场和商业文明的不断发展,资本、技术和商业智慧的融合效率越来越高。优质产品寻找到优秀销售团队的案例,技术寻找到启动资本的案例,管理提升公司销售净利率的案例每年层出不穷,但必须意识到,这类股票最终实现上涨,原有的亮点只是价值的基础,最终是外部变量的引入实现了价值。忽略后者,只是想当然地买入所谓的潜在冠军,仍然会出现既输时间又输空间的尴尬局面。

综合以上三种情况,可以意识到,股票最终还是回到成长上来。投资的本质,还是标的本身是否创造了更多的价值。从这一点来看,价值股投资和成长股投资是融合的。避开价值股投资的“陷阱”,寻求成长,才能实现更好的投资收益。☺

# HIGH NET WORTH PEOPLE'S INSURANCE PLAN

## 高净值人士的保险规划

文\_高业伟 [中国工商银行股份有限公司山东潍坊分行财富管理中心理财经理] 策划编辑\_钟亚超 责任编辑\_黄敏

对高净值人群来讲, 保险可能不会让他更有钱, 但当他和他的财富面对不可预测的世界时, 保险能让他更容易地把握未知的未来。



■图为义乌工商学院外国留学生向工作人员领取人身意外伤害保险保单。

图/东方IC

看过这样一个关于富翁与金子的故事: 有一个大富翁, 吃的是山珍海味, 穿的是绫罗绸缎, 可他却并不开心, 每天都做噩梦, 因为他担心失去财产从此过上穷人的生活。一天早上, 他听见土地公公在唱歌, 就把苦恼告诉了他, 土地公公说: “你把一袋金子放在我这里, 当你遇到疾病或其他风险时我给你五袋金子, 你老了以后我每月再给你半袋金子。”富翁同意了, 从此他便不再做噩梦了。

这虽然只是一个寓言故事, 却充分说明了保险的重要性。确实, 保险对每个人、每个家庭的重要性是不言而喻的, 而从某种意义上说, 对富人特别是被各银行称为高净值人士的朋友来

说, 保险具有更为特殊的意义。看看我们的周围, 像寓言中这样的情况似乎并不少见, 许多人在他人眼中已经非常富有了, 所以他们理应每天都过着幸福快乐的日子, 但事实却恰恰相反, 这其中的许多人都像上面这个寓言中的富翁一样, 生怕会因为某件事而失去所有的财富, 所以他们很多人每天都在焦急、担心中度过, 好像自从有了钱, 快乐便与他们分手了。法国作家里瓦罗尔的一句话, 可能正反映了这一现象的客观存在: “财富对有些人只做了一件事: 使他们担心会失去财富。”这在很大意义上说明, 财富虽然很重要, 但守住财富更重要。

那么, 高净值人士应该如何利用现有的保险产品, 更好地为自己做好保险规划, 从而守住财富, 保障自己和家人的生活呢?

Link:

## ■ 投保需知

- 1.当业务员拜访您时，您有权要求业务员出示其所在保险公司的有效工作证件。
- 2.您有权要求业务员依据保险条款如实讲解险种的有关内容。当您决定投保时，为确保自身权益，请认真阅读保险条款。
- 3.在填写保单时，您必须如实填写有关内容并亲笔签名；被保险人签名一栏应由被保险人亲笔签署（少儿险除外）。
- 4.当您付款时，业务员必须当场开具保险费暂收收据，并在此收据上签署姓名和业务员代码；您也可以要求业务员带您到保险公司付款。
- 5.投保一个月后，您如果未收到正式保险单，请向保险公司查询。收到保险单后，您应当场审核，如发现错漏之处，有权要求保险公司及时更正。
- 6.投保后一定期限内，您享有合同撤回请求权，具体情况视各公司规定。
- 7.如您的通讯地址发生变更，请及时通知保险公司，以确保您能享有持续的服务。
- 8.对于退保、减保可能给您带来的经济损失，请在投保时予以关注。
- 9.保险事故发生后，请您参照保险条款的有关规定，及时与保险公司或业务员取得联系。
- 10.您对投保过程中有任何疑问或意见，可向保险公司的有关部门咨询、反映或向保险行业协会投诉。

## 按需确定险种

大部分高净值人士对保险的需求都有所不同，或者有不同的侧重点，但通常情况下，一般都涉及以下几个方面：

### 规避风险

“天有不测风云，人有旦夕祸福”，在人的一生中经常会遇到一些无法预料的事情，可怕的是人们不知道风险何时会发生，损失会有多大，也不知道它会持续多久，但它却无时无刻不存在。古语说：“凡事预则立，不预则废”，那么怎么才能做到“预”呢？保险就是一个非常值得信赖的工具，因为它具有规避风险、补偿损失的功能，在人们的经济生活中发挥着极为重要的作用。对高净值人群来讲，保险可能不会让他更有钱，但当他和他的财富面对不可预测的世界时，保险能让他更容易地把握未知的未来。因此，规避风险是高净值人士必须首先考虑的保险规划目标。

具体来说，主要就是投保足够的保障型人寿保险，如定期寿险，即投保时约定了保障期限的以被保险人身故为理赔条件的人身保险，可以保1年、5年、10年、30年等，或者到被保险人生存到一定年龄为止，这期间如果被保险人因意外或非意外因素导致不幸身故，那么，保险公司应根据合同给予身故受益人保险金额。相比其他险种，定期寿险的保险责任和条款非常简单，但却是不可或缺的一个险种，是所有

人寿保险中最原始也最体现保险保障本质的险种，因为它转嫁了最基本的人身风险即身故风险，而身故风险特别是家庭经济支柱的身故会带给一个家庭重大的财务风险，即家庭主要收入中断，无法完成对家庭成员应尽的家庭责任义务。

目前，高净值人士中有相当一部分是企业主，其中一部分是个人独资企业，其所有人往往就是经营者或者主要经营者，由于众多原因，其资产面临的风险非常大，若无风险管理预案，其企业资产可能会因为所有人的死亡或者伤残事件而丧失殆尽；另一部分则为与他人合伙经营，对这种形式，合作与信任是合伙企业成功经营的前提，所有人之一的死亡会破坏这个重要的前提。对此，购买人寿保险同样能够有效地发挥作用。比如，合伙企业可以购买关键人物保险或者合伙人之间的保险等，因为它能在企业所有者、合伙人或关键人物死亡时提供资金，也就是说，在某一个合伙人死亡后，原有的伙伴关系通常便不复存在，其他健在的合伙人可以建立新的企业，为了解决在某个合伙人死亡后企业的持续经营问题，合伙人通常签订买卖协议，规定已故合伙人所有者权益的买卖条件。

另外，健康风险也是高净值人士必须高度重视的，俗话说，“身体是革命的本钱”，为了保证不幸患上重大疾病时，能够得到及时有效的医治，足额的医疗保险和重大疾病险等险种至关重要，因为这样可以





用最少的钱来规避医疗风险，尽可能地不花自己的钱或者动用其他的储蓄和投资。特别是私营业主一类的高端人士，大多数人工作忙碌，透支体力和精力的情况普遍存在，且生活方式变化大，不确定因素较多，意外风险和患病风险较高，更需要通过保险化解一部分风险。

#### 保值增值

对高净值人士来说，都渴望一直拥有自己的财富。但这些财富能够一直保值增值吗？所以，如何根据自己的实际情况和当前居高的通胀进行合理有效的规划，让资金保值增值，是许多高净值人士非常关心的话题。为此，在为自己配置了足额的保障型保险的基础上，可以根据实际情况，再考虑适当配置一部分投资型保险。事实上，近年来，投资型保险已逐渐成为人们特别是一些风险承受能力较强的高端客户选择的重要理财方式。投资型保险主要包括分红险、万能险和投连险，以分红险为例，保险公司在每个年度结束后，将该保险的可分配盈余按一定比例以现金或增额红利的形式，分配给客户，且具有保底收益和保障功能。不过投保分红险，要选择经营管理水平高、投研能力强、过往分红情况较好的保险公司，并选对分红方式，同时选择尽可能长的保险期间，真正实现保单红利的最大化。再如投资连接险，作为一种融保障和投资于一体的新型寿险，通常根据不同的资产配置设立多个不同类型的投资账户，客户可根据自身风险承受能力和对收益的要求等，选择一个或多个投资账户来组成个人投资账户，并安排保费在其间的分配比例。由于更加注重投资和储蓄功能，投资型保险的保障功能被弱化，保险金额通常较低，同时任何投资都是有风险的，投资型保险同样如此。

#### 合理避税

根据有关规定，保险受益人在获得保险金的时候不用纳税，在储蓄利息税取消后，保险产品的这一优势不再受到重视，但是一个非常重要的税种正在受到越来越多的有识之士特别是高端人士的高度关注，即遗产税。虽然目前我国还没有开始征收遗产税，但这是一个发展趋势，种种迹象表明，遗产税法的出台是大势所趋。根据我国有关法律规定，保险公司赔付的保险金，无须缴纳遗产税，也无须偿还被保险人所欠的债务。如果开始征收遗产税，购买保险无疑是避开遗产税的有效方式。所以，及时做好这方面的规划非常重要，因为目前所拥有的任何财产都可能由于种种原因而变得不确定，只有保险才是

真正的永久性的受法律保护财富，目前很多富裕人士每年缴纳十几万、几十万元甚至几百万元保费，主要就是为了避税和保全财产，或者说为了将自己辛辛苦苦赚来的财富能够有效地传承到下一代。在险种选择或者保险方案上，一是可在子女未成年时，以父母为投保人，子女为被保险人，投保生存保险，这样，满期给付保险金将归于子女成为子女自有财产；二是可投保以父母为被保险人、子女为受益人的终身寿险或者定期寿险，这样在父母身故后，子女可以得到保险金，并以这笔款项作为缴纳遗产税的资金来源，从而顺利继承父母留下的遗产，尤其是房产或其他固定资产。

#### 其他方面

根据法律规定，保险资产不被查封和罚没，不得用于抵债，高净值人士可以利用这些规定，为自己和家人进行保险安排，例如做好资产保全，即通过保险规划进行财富或者资产保全。举例来说，现实生活中，许多家庭（当然也包括一些高端人士）的主要收入来源者一旦发生不幸，生意上的债务或者贷款等便会将这个家庭压垮，因为其资产可能绝大部分都会被用来偿债，但是，如果这个主要收入来源者在生前以其债务总额作为保额投保定期寿险，便会很好地解决这个问题，因为保险赔款会把他的全部债务还上，而不需要动用其家庭资产，从而保证家庭经济上的稳定。再如信托安排，即通过投保年金保险等险种，用年金给付的方式来实现自己的养老安排，或者给孩子留钱，使孩子每年都有保险金额领取，从而保证孩子的教育、生活和创业等。这种做法在国外非常普遍，比如美国安然公司破产后，好几千公司员工的退休基金一夜之间化为乌有，但是安然前任总裁肯尼斯·莱却有“先见之明”，他早在两年前就投资数百万美元购买了各种年金保险，从2007年开始，肯尼斯·莱夫妇就能开始享受年金90万美元的待遇，而且这些年金是受法律保护的，债权人无法以此为由起诉他们。目前一些高端人士虽然比较富有，但普遍忽视养老问题，某外资银行一位银行保险业务负责人即指出：“我们在帮助客户做理财方案的时候发现，很多人都非常看重退休和医疗这两方面的需求，他们希望能够在自己退休之后，仍然能保持现在这样的生活水平，也希望将来假如发生重大疾病的时候，能够去海外或者国内最好的医疗机构进行诊治。但是，我们通过分析发现，这部分客户现在的保险理财规划和上述目标存在比较大的缺口，很有必要进行完善。”

■为爱车保险是所有车主面临的选择，图为南京一家保险公司的员工向消费者推销电话车险。



## 确定保费保额

确定了购买哪些保险，以及需要通过保险实现哪些目标后，需要考虑的是应该投入多少保费，以及应该购买多少保额的问题了。对此，一个“十一法则”被普遍应用，即通常情况下，一个家庭的保费投入为该家庭年收入的1/10，而保额则为年收入的10倍，但这只是一个大概的比例，在具体规划过程中，要考虑许多因素，除了收入、支出、未来的理财目标等以外，还包括房贷、对外借款等因素，而且这个保费和保额一般是指保障型保险，即真正意义上的保险，不包括投资型保险。

与普通老百姓相比，高端人士的保险理财规划则更为复杂，除上述因素外，还要考虑大量净资产的保值增值、养老、信托安排、遗产安排等。因此，除了“十一法则”外，应该结合其他方法来确定保额，如生命价值法、遗属需求法等等。其中，生命价值法就是通过计算一个人在未来一生中的总收入的现值来估算他的生命价值，即他在有生之年中对家庭的经济贡献价值，并以此来确定他应投保的寿险保额。也就是说，只要他按这个保额进行投保，如果发生不幸，保险公司就会按合同规定进行赔付，其家人拿到这个赔款后，就可以保持与以前相同的生活水准，或者用于还贷，用于子女上学等，不至于发生无房可住、无钱上学等随之而来的其他“不幸”事件。在现实生活中，因为大的变故而家破人亡的事例不胜枚举，而如果及时做好了保险安排，其后果可能要轻得多，甚至可以避免。

由于涉及保值增值、避税等目标和需求，高端人士的保险规划中，除了需要购买足额的保障型保险外，投资型保险可能也占相当一部分，这从近年来被屡屡提起、并被许多富裕人士看好的“富人险”的热销就可以说明这一点。“富人险”大多数本质上是分红险或终身险，

遵循“理财型产品为主，保障型产品为辅”的设计思路，其身故保险金额一般都只是返还发生事故时已缴纳的保险费，保障功能可以说非常弱，主要还是采取快速返回生存金的方式。如某公司推出的一款“富人险”的投保门槛根据缴费期限不同而有所差异，其中3年期为每年最低缴纳50万元保险费，5年期每年缴纳30万元，10年期每年缴纳20万元，产品除了具有分红保险的基本特点外，还具有“终身受益、生命保障、重疾给付、保值增值、保费豁免”等特点，投保范围非常广，保险期间直到终身。根据调查，对于投资保险，普通人最希望的是“增值”，即让钱快速生钱，但高收入人群则更看重财富的安全，同样是投资型保险，他们的主要需求并非回报率的高低，而是人身和资金的安全，以及规避税收风险等。

对于保费的缴纳方式也需要进行认真筹划，从实际来看，高端人士购买保险时一个重要的风险是保费中断，因为一些高端客户在有钱时往往倾向于多买，但由于众多原因，其高收入往往可能不会一直持续下去，而一旦收入大幅下降，就很容易无力续缴高额保费，况且许多保险的缴费期都比较长，有的长达几十年。保费的中断将会带来比较大的损失，因为退保的成本很高。所以一定要充分考虑缴费方式，即期缴与趸缴，以及期缴的期限等，同时一定要做通盘考虑，不但要根据目前的收入、支出、目标等情况来设计保险计划，还要根据对未来的预测来进行调整，使保险规划能够更好地发挥作用。⑧

# TEACH YOU HOW TO CHOOSE FINANCIAL PRODUCTS

## 教你选购银行理财产品

文\_杜跃 [中国工商银行股份有限公司北京分行东城支行理财经理] 策划编辑\_钟亚超 责任编辑\_黄敏

要选择理财产品，首先要明确银行理财同样是投资，是风险收益水平介于储蓄存款和股票投资之间的多样化投融资工具，而投资就需要承担相应的风险。



■为满足投资者日益增加的投资需求，工行推出多项理财产品，图为工行在北京国际金融博览会上展出的展台。

图/东方IC

受央行不断收紧流动性的影响，今年以来各银行大量发行理财产品。比如信托类理财产品、超短期理财产品等，而且预期年收益率也一再提高，吸引了大量资金。目前，我国银行理财产品发行规模已超8万亿元。2011年10月，银监会印发了《商业银行理财产品销售管理办法》，规范了理财产品的发型和销售。那么，理财产品有哪些种类呢？客户在购买理财产品时，需要注意什么问题呢？

### 理财产品：分享与收益共存

要选择理财产品，首先要明确银行理财同样是投资，是风险收益水平介于储蓄存款和股票投资之间的多样化投融资工具，而投资需要

承担相应的风险。在投资过程中，可能得到高收益，但也可能得不到任何收益，还会有部分或全部损失其投资本金的风险。在实际投资中，首先要了解的是产品的预期收益率和所挂钩的资产，也就是自己能够承受多高的风险和希望有什么样的预期回报。但是要明确，产品说明书中给出的最高收益往往是预期的，很多时候一旦扣除预期最高收益中的费税因素，产品到期的实际收益很可能远远低于预期收益。因此，在购买这类理财产品时，一定要提前了解清楚产品收益和自己的心理预期，以免产品到期后与心理预期落差过大。

如果不是非常了解理财产品的结构和支付情况，建议选择较为简单的理财产品，不要去购买复杂型产品。此外，很多结构性产品的收



益水平取决于基础资产与支付条款的吻合度，吻合度越高，产品的收益水平越高。因此在投资此类产品时，一定要认清投资的品种和方向。很多投资者十分关注产品是否有保本的功能。但是也要注意，部分保本产品的实质是持有到期保本，如果投资者提前赎回，有可能会损失一定额度的本金。当投资者提前赎回时，产品的收益是按产品当时的价值进行核算，而非产品说明书中的预期最高收益或保本条款，投资者在购买产品时应谨慎选择。

工商银行坚持将创新作为资产管理业务发展的动力。仅从业务种类上看，2010年工行就创新推出了“步步为赢”分段计息固定收益产品、阳光私募组合证券投资产品、“如意金”复合理财产品等一系列具有市场影响力的新产品，形成了包括“T+0”超短期、固定收益类、股票收益权类、商品投资类、FOF、PE、另类投资类及增值服务型理财产品在内的八大产品线，很好地满足了市场和客户的需求。依托强大的研究水平，为高端客户提供丰富的“工银财富”专属产品，全方位满足个性化的理财需求。其中包括：

#### 固定收益类理财产品

该类产品主要投资于银行间市场、交易所其他金融市场的固定收益品种，主要包括央行票据、金融债、企业债、短期融资券、贷款类信托、商业票据等。类固定收益型产品有固定的投资期限，并能够根据投资收益和费率准确测算出预期收益。一般情况下，如产品到期投资品能够正常变现，您即可获得比同期存款更高的预期收益，助您财富增值不停步。

#### 现金管理类理财产品

此类产品近似于货币市场基金，具有高流动性的鲜明特点，主要投资于央行票据、金融债、高信用等级企业债等银行间市场信用级别较高、流动性较好的金融工具。这类产品期限短、变现快，申赎非常便利，多用于配置闲置资金，让您的临时性闲散资金也增值。

#### 国内资本市场类理财产品

该类产品主要投资于深沪两市交易所上市交易的投资品种，包括交易所股票、开放式基金、封闭式基金以及交易所债券等。多采用基金形态，投资收益情况以产品净值形式反映，存续期内一般可以进行申购赎回。

#### 代客境外理财类(QDII)产品

产品的投资对象主要包括境外股票、基金、结构性票据、债券以及其他投资品种，让您尽享境外投资收益。

#### 结构性产品(QUANTO产品或双币理财产品)

该产品本金在境内市场投资，通过各种金融衍生工具，挂钩利率、汇率、股票、基金、商品以及相关指数等国际金融市场标的，从而使您有机会间接参与国际金融市场投资，间接分享境外投资收益。

多元化的投资渠道，全方位的金融服务紧贴市场发展趋势，更有助客户在安全条件下获取更高的收益。

## 不可忽视的投资细节

在了解了理财产品的种类之后，投资人应根据自己的风险偏好，仔细阅读理财产品的《产品说明书》，详细了解其是否保本、是否限制收益，再进行选择，那么透过《产品说明书》，我们该看到什么呢？

### 关注费用

由于理财产品的收益水平普遍较低，因此费用对投资收益的影响就显得更大一些，投资人在选择理财产品时务必要详细了解各项费用的名目和收取标准。

### 关注理财期限

理财期限关系到资金的流动性，如果用于购买理财产品的钱在未来有其他用途，那么一定要选择理财期限适合的产品。

### 关注收益水平

一般而言，理财期限较短的产品流动性较强，但收益也较低。此外，不同银行推出的理财期限相同的理财产品，投资方向、收益水平及其他细则也会有所不同。因此，投资人应仔细阅读《产品说明书》，并结合自己的实际情况来选择。

### 关注每年按多少天计算

有些银行计算收益按每年365天计算，有些银行则按360天计算。显然，这也会影响理财产品的收益水平，投资人在购买前也应注意这些细节问题。

总之，面对复杂多变的金融投资市场和环境，要达到理财目标和实现人生的财务自由，必须利用多元化手段，充分利用各种金融投资工具的长处，尽量避免单一手段，做好资产配置，才能真正达成理财和投资目标，实现快乐理财、理财快乐、财务自由和人生自由的终极目标。④

# UNDERSTAND THE CYCLICAL STOCKS

## 看懂周期性股票

文\_肖乐义 策划编辑\_张姝 责任编辑\_赵晓璐

周期性企业的股价常常是轮回的,有时跌幅会把大部分的涨幅吞没,因此不能超长期持有,阶段性持有是最优策略,且不同行业特性差异很大,不能套用其他行业的经验作为判断依据。



■图为2011年4月19日,浙江台州投资者在观看分析上证指数。

股票市场中各种类型五花八门,周期型股票是顺势而为的投资品种,但买入并长期持有不是最聪明的策略;防守型股票是市况不佳时的选择,与周期型股票形成互补;成长型股票带给投资者的回报最多,但也要相应承担更大的风险,是风险承受能力较强和有专业背景的投资者可以深度介入的品种。

事实上,了解各个典型行业的周期或非周期型特征只是表面功夫,更重要的是掌握辨别本质的本领。简单地说,提供生活必需品的行业就是非周期性行业,提供生产生活非必需品的就是周期性行业,不排除在一些典型的周期性行业出现个别非周期性或成长性股票的事例,所以只有灵活运用、个案分析才能取得理想的投资效果。

### 如何投资周期性行业

周期性行业的复杂性和不可测性使研究充满了挑战,由于中国A股绝大部分的股票属于周期性行业,很多人都有兴趣把周期性行业作为一个探讨的课题,希望能在不确定中找到尽量接近确定的部分。

投资周期性企业首先要了解其高风险性,并对此有充分的思想准备。周期性行业,在景气度高高峰期价量齐升,行业低谷时则相反。影响周期性行业盈利的要素主要包括产品价格、需求、资本性开支与产能利用率错位导致的额外财务费用等。其中前两个因素是主导因素,二者的波动决定了周期性企业的盈利波动。部分周期性行业的价格和需求都波幅巨大,例如有色金属、航运等,盈利容易出现极端的情况。部分价格基本稳定或波动幅度较小,需求变化较大,盈利波动性较弱,

例如银行、证券。大部分周期性企业喜欢在行业景气度高峰期盲目扩张，一旦行业下滑则形成庞大的过剩产能，这些过剩产能不但不能产生效益，折旧、摊销、负债、维护还产生大量的费用，侵蚀企业的利润，因此固定成本越高的行业，产量变化引起的利润波动也越高。那些在行业景气度高峰期来临前适度控制扩张规模，行业景气度低谷后期能前瞻性地大举扩张的企业很可能是不错的投资标的。

周期性行业可以分为消费类周期性行业和工业类周期性行业。

### 消费类周期性行业

消费类周期性行业包括房地产、银行、证券、保险、汽车、航空等，消费类周期性行业兼具了周期性行业和消费行业的特性。它们的终端客户大部分是个人消费者（银行还包括企业），虽然品牌忠诚度较低，但仍具有一定的品牌效应。需求虽然出现波动但总体向上，而且在中国基本上是刚刚启动的行业，市场前景巨大。除汽车、航空外，属于较轻资产型企业，行业景气度低谷时规模的弹性较大。

#### 1. 银行

银行产品价格相对较稳定，需求波动也较小，其中零售占比大的银行周期性更加弱化。银行业的盈利能力在几个行业中比较稳定，但中国银行业未来将面对利差逐步缩小、利率市场化加快、房地产及金融风暴导致部分企业产生呆坏账的难题。

#### 2. 房地产

房地产价格和需求虽然波动较大，但波动速度和幅度小于工业品行业，而且产品具有多样性、差异化的特性，某些地区的产品更具有资源垄断的特征。龙头企业具有较好的抗风险能力，行业低谷可以带来低成本并购的机会，行业需求刚性和确定性较高。

#### 3. 证券

证券业的价格具有相对的稳定性，需求波动性很高。证券业比较特殊的是投资者身处行业，周期转换比较明显，通过估值和成交量等指标比较容易判断出行业的拐点。

#### 4. 保险

实际上，保险业自身不属于周期性行业，但因为保险公司的保险资金主要用于投资来获取投资收益，而投资本身就是有周期性的，因此保险公司的投资收益不可避免地存在周期性，而且会呈现阶段性的强周期性。中国保险主业的高速增长使保险业利润的波动性弱化（因为投资收益不占过

大比例整体利润波动不是十分明显）。如果不是遇上大牛市或大熊市，保险业的投资收益不会有太大的波动，所以保险业的周期性并不明显。

应该注意的是，在充分竞争的市场环境中保险业是容易发生价格战的行业，为了获得暂时的市场份额和领先地位，可能出现非理性的保单设计，保单大部分都延续数年、数十年，坏的结果可能很长时间后才显现，投资者难以评估其中的风险。现阶段中国人寿和中国平安仍然处于垄断竞争的地位，随着政策管制的放宽，众多的外资保险不断进入中国，外资保险市场份额逐步扩大，市场竞争将越来越激烈。

#### 5. 汽车

汽车业车型换代迅速，技术更新较快，属于重资产型企业，行业竞争激烈，对油价敏感，影响利润的因素较多，盈利判断比较困难。而且即使在景气度高峰期，不同企业的盈利能力也各异，且提升幅度未必很高。属于糟时可能很糟，好时未必好的行业。

#### 6. 航空

航空业竞争激烈，恶性价格竞争经常出现（两到三折的价格随处可见），固定成本高昂，资本性开支庞大，运营成本随油价和汇率巨幅波动，航空业的行业特性使其盈利能力较低。

房地产、银行、证券、保险这四个行业与日常生活密切相关，投资者可以比较容易直观地感受行业的冷暖，而且影响盈利的因素比较简单，相对而言更具可预测性（银行与宏观经济的密切性增加了判断的难度），是投资周期性行业较好的选择。汽车和航空的行业特性决定了它们很难成为好的投资标的。

### 工业类周期性行业

工业类周期性行业包括有色金属、钢铁、化工、水泥、电力、煤炭、石化、工程机械、航运、装备制造等。这些行业与宏观经济相关度很高，宏观经济复杂多变，很难预测。而且产品价格波幅巨大、下跌迅猛，需求变化迅速而且周期长，有时投资者根本没有反应的时间。产品成本受原材料影响明显，基本上属于重资产型企业，投入产出周期长，行业景气度高峰期大量的资本支出带来庞大的折旧和摊销，利润对产量的变化极为敏感，行业低谷时规模调整弹性小，影响盈利的不可测因素众多，所以盈利呈现高度