

## 2008年2月CPI同比上涨8.7%

# 主题

2008年2月,居民消费价格总水平同比上涨8.7%。其中,城市上涨8.5%,农村上涨9.2%;食品价格上涨23.3%,非食品价格上涨1.6%;消费品价格上涨10.9%,服务项目价格上涨2.0%。从月环比看,居民消费价格总水平比2008年1月上涨2.6%。

### ● 物价持续上涨是受到雪灾等因素影响 1

国家统计局在官方网站中指出,2008年以来居民消费价格持续上涨,受到了低温雨雪冰冻灾害和春节因素相互叠加的影响。

初步测算,2008年2月份的春节因素影响居民消费价格环比上涨0.53个百分点,低温雨雪冰冻的气候影响1.03个百分点,扣除这两个因素,2008年2月,环比上涨1%左右。2008年以来居民消费价格持续上涨,也是国际市场价格持续大幅上涨影响的结果。国际原油价格上涨7%以上,金属和农产品价格上涨30%—40%。

国家统计局还表示,需要保持冷静头脑,正确判断形势,采取有效措施,切实控制物价总水平的过快上涨,保持国民经济又好又快发展。

### ● 工业品出厂价格同比涨6.6% 2

2008年2月,工业品出厂价格同比上涨6.6%,原材料、燃料、动力购进价格上涨9.7%。

在工业品出厂价格中,生产资料出厂价格同比上涨7.2%。其中,采掘工业上涨25.3%,原料工业上涨8.8%,加工工业上涨4.1%。生活资料出厂价格同比上涨4.9%。原油出厂价格同比上涨37.5%。成品油中的汽油、柴油和煤油出厂价格分别上涨8.7%、9.8%和11.4%。化工产品价格类中,聚苯乙烯价格同比下降1.4%,顺丁橡胶上涨20.3%,涤纶长丝上涨1.6%。煤炭开采和洗选业出厂价格同比上涨18.5%。其中,原煤出厂价格上涨19.4%。

此外,在原材料、燃料、动力购进价格中,燃料动力类、黑色金属材料类、有色金属材料类和化工原料类购进价格,同比分别上涨17.7%、15.0%、6.8%和4.2%。

2008年1月至2008年2月累计,工业品出厂价格同比上涨6.4%,原材料、燃料、动力购进价格上涨9.3%。



### ● PPI和CPI的影响路径 3

2008年2月,PPI(生产者物价指数)同比上涨6.6%,创近3年来的新高。毫无疑问,PPI变化与企业是否盈利具有直接关系。2007年1月—2007年11月累计利润增幅下滑的主要工业行业有19个。其中石油加工和有色金属冶炼压延加工业累计利润的增速下滑比较明显,这是由于消费市场上游的原材料价格上涨侵蚀了相应行业企业的利润。

随着生产资料价格指数的上升,工业品出厂价格有可能进一步提高。商品价格的上涨势必会刺激国内产能的进一步释放,这将有利于工业企业实现更多的利润。虽然企业的利润水平会受生产成本提高的挤压,尤其是对冶金、轻纺、机电、橡胶制品等行业影响较大,但是对行业的整体利润影响有限。在一系列的经济紧缩措施过后,实体经济增长放缓已初见成效。物价上升带来的成本增加以及利率提高带来的财务费用增长,预计将体现在3个月至6个月后的企业利润表里。历史数据表明,在宽松的货币环境下,上游价格的上涨很容易传递到下游消费价格中来。因此,此次PPI大幅上扬,对CPI压力显而易见。 [1]

(责任编辑 翟成勇)

## 声音

## 樊纲： 2008货币政策仍从紧

稳健的货币政策，就是保持货币增长速度符合经济增长的需要，并不明确地扩张或收缩总需求。而从紧的货币政策，则是适当收缩货币供给，从而使总需求的规模得以控制。当前，就是要防止在外汇储备大规模增长的背景下货币增长速度过快。

宏观调控政策，包括货币政策，不是一定下来就三年、五年不变了的“长期政

策”，而是必须根据总供求关系的变化来相机抉择、及时调整。在操作层面上，由于出现了流动性增长过快、通货膨胀风险加大的实际情况，2007年的货币政策实际已经趋于从紧：10次上调存款准备金率，6次加息，加上公开市场上数额很大的对冲操作，以及人民币汇率升值，这些货币政策都具有“从紧”的特征。在更高的决策层面上，从2007年年初的“稳健的货

币政策”，到年中提出的“稳中适度从紧的货币政策”，再到年末的“从紧的货币政策”，则是决策者根据形势的变化而适当明确地调整了政策的方向。”从紧的货币政策”的提法，是对当前货币政策具体操作趋向的一种肯定，也明确了下一阶段货币政策调整的方向。

从目前来看，物价上涨主要还是属于一种外部输入的

成本推动型的价格上涨，但如果货币增长速度过快，由于货币形成有购买力的需求，就可能导致总需求膨胀，使价格上涨波及到其他领域。为了防止价格上涨演变为通货膨胀，也必须实行从紧的货币政策。通货膨胀说到底是一种货币现象，不管引发通胀的具体和直接原因是什么，控制货币的增长速率，都会起到抑制通货膨胀的作用。



## 汤世生： CPI不应成为衡量调控成效惟一指标

2008年将是充满不确定性的一年。受次贷危机影响，美国经济步入衰退的迹象越来越明显。在经济全球化的背景下，中国能否“独善其身”面临考验，复杂的经济形势对我国政府宏观调控的能力提出更高的要求。

宏源证券董事长汤世生认为，2008年，我国最为重要的目标是预防滞胀和增加就业，CPI不应成为指导宏观调控效果的惟一指标。证券市场的走势与宏观经济关系密切，前期股市出现大幅下跌，此前广受关注的资产泡沫问题得到缓解。近期国家对从紧货币政策的调整逐步完善，强调审时度势、更为灵活和科学的调控。

目前，我国证券行业的发展环境得到明显改善，证券公司又迎来了一次宝贵的发展机遇。但也应意识到，尽管近两年券商取得了不俗业绩，但券商规模偏小、业务单一、产品同质化等问题仍未得到十分有效地解决，尚未形成核心竞争力和稳定的盈利模式，经营风险和信用风险在一定程度上还存在。因此，宏源证券董事长汤世生认为，证券业真正的优胜劣汰时代已经到来。 [B]

(责任编辑 翟成勇)



工  
行  
动  
态

## 1 工行2008年首期理财金账户 专属理财产品受市场热捧

工行于2008年2月3日推出的第一期理财金账户专属人民币理财产品,发行首日销售金额即达到募集规模上限,提前结束发行。

据介绍,本期专属理财产品分为两款,一款为两月期的票据投资型理财产品,是工行推出的首款投资于银行承兑汇票的理财产品,投资本金安全系数高且具有期限短、灵活性更高的特点,预期收益率为5.5%,收益明显高于其他固定收益类理财产品;另一款为股权受益权信托理财产品,投资于中信银行战略配售股票受益权,该产品安全性好,不仅可以获得固定10%的预期收益率,而且还可以享有更高的浮动收益,获利空间广阔。

今后,工行将继续加快银行理财产品创新,为中高端客户提供更好的产品与服务,着力推进理财金账户服务全面升级工作。

## 2 工行与中粮集团 全面开展信用卡业务合作

2008年2月19日,工行与中粮集团在北京举行“牡丹中粮信用卡”首发式,以此也标志着双方在金融领域的合作已步入崭新的发展阶段。

工行与中粮集团强强联合,共同推出联名卡——“牡丹中粮信用卡”,并以此为载体整合优势资源,扩大品牌效应,携手发展,共创辉煌。工行将以联名卡为载体向中粮集团及其下属公司提供快捷、便利的金融服务,内容包括银行卡收单、公务用卡、个人账户管理等业务,同时双方还将进一步拓展“牡丹中粮信用卡”的各项增值、优惠服务。

工行与中粮集团此次在信用卡业务领域的合作,拓展了银企业务合作的崭新领域,利用双方丰富的资源优势和品牌价值,为持卡人提供高品质、多元化的超值服务。同时,通过充分发挥工行信用卡服务功能和整合多渠道的服务手段,为中粮集团提供全面的金融服务,通过“联名卡+财务POS+消费POS”的方式,全面提升中粮集团的结算管理品质,使中粮集团的代发工资、财务报销、差旅费管理和营业收入等诸多业务在安全、效率、便捷等方面产生质的飞跃。

## 3 工行金融理财师数量 居国内同业首位

截至2007年年末,工行通过AFP资格考试和全科通过CFP资格考试的人员分别达到5123人和861人,金融理财师数量居国内同业首位。

工行金融理财师作为个人客户经理队伍的骨干力量,凭借过硬的专业素质和服务品质,赢得了社会各界和广大客户的信赖,呈现了鲜明的市场品牌效应,有力带动了行内客户经理队伍的整体发展,积极推进了商业银行经营模式和增长方式的转型。

工行相关部门负责人表示,今后,工行将进一步加强金融理财师队伍组织管理工作,明确贵宾理财中心金融理财师配备标准,调整与优化岗位配置,完善客户服务支持工作机制,打造理财团队服务合力,持续提升理财服务水准,不断扩大理财专家的社会知名度和市场影响力,全面提高全行经营绩效。



## 4 工行“如意”金条销售异常火爆

新年伊始,工行“如意”金条销售情况异常火爆。据统计,截至2008年2月18日,工行“如意”金条销售近3.5吨,基本同2007年全年的销量持平,“如意”金条业务销售规模迅猛增长,有效拓展了贵金属投资理财产品市场,推动了贵金属业务的快速发展。[1] (责任编辑 翟成勇)



## 工行动态

## ▶ 工行推出网上交易信用支付服务

为了进一步提高电子商务的安全性,解决网上交易信用相对缺失的问题,工行于近日在国内率先推出了网上交易信用支付服务,并与合作伙伴云网开通了信用支付网上商城,为商家和客户提供了一个更加安全、快捷的电子商务交易平台。该服务一经推出就引起商家和网民的广泛关注,目前已有23家商户、近百款产品落户云网信用支付商城。

据介绍,网上交易信用支付服务是对国内现有电子商务支付服务的完善。其具体运作流程是由工行与特约网站合作共同为买卖双方提供网上支付中介服务,其中工行负责对交易资金进行存管,并根据买卖双方对交易的确认结果办理资金清算服务。买卖双方发生交易纠纷时可向特约网站提交裁决申请,工行根据特约网站的裁决结果办理资金清算。

近年来,工行凭借国际领先的网上银行服务能力,在产品方面不断推陈出新,为我国电子商务的发展提供了良好的金融服务平台。除信用支付服务外,还先后推出了外卡收单、交易推介、国际卡境外网上购物验证服务等一系列电子商务新产品、新功能。今后,工行将继续扩大在电子商务金融服务方面的领先优势,增加信用支付服务的合作伙伴,为广大商家和网民提供更为安全高效的金融服务。

▶ 代理个人实物黄金  
工行开户仅一元

为答谢广大客户对工行黄金业务的支持,工行于2008年2月20日至2008年3月20日期间开展代理个人实物黄金一元开户的优惠活动,将开户手续费由现行的60元/户调整为1元/户。工行代理个人实物黄金业务已在全国范围内推出,客户可以通过工行指定的营业网点和网上银行渠道办理此项业务。

代理个人实物黄金业务是工行和上海黄金交易所联合推出的一项以人民币资金投资的实物黄金理财产品。个人投资者在开立黄金账户后,即可通过工行的网上银行、指定网点等渠道,直接投资交易上海黄金交易所认证的实物金条。与以往商业银行推出的“纸黄金”产品只能通过交易系统买卖赚取差价不同,客户购买个人实物黄金产品后,既能进行交易,又可以选择提取黄金实物。

自从工行在全国范围内推出代理个人实物黄金业务以来,因其交易成本低、交易安全快捷等特点,备受投资者的喜爱,为方便广大投资者通过工行开办代理个人实物黄金业务,更在现阶段将开户手续费优惠到1元,机会非常难得。[1] (责任编辑 翟成勇)

▶ 工银瑞信基金管理公司  
获基金专户理财业务资格

日前,市场期待已久的基金专户理财业务正式开闸放行,工银瑞信基金管理公司顺利搭上首班车,成为第一批获准开展特定客户资产管理业务资格的基金公司。至此,工银瑞信成为首家拥有企业年金资产管理业务资格、境外证券投资管理业务资格和特定客户资产管理业务资格的银行系基金公司。

据介绍,工银瑞信从成立之初便将专户理财业务纳入其重要的战略规划,通过与外方股东瑞士信贷资产管理公司机构理财团队建立协同工作机制,在专户管理的组织结构、投资管理、风险控制、制度流程、团队建设及公平交易等方面进行了全方位的准备。

作为首家由国有商业银行发起组建的基金公司,工银瑞信秉承股东的稳健经营理念,并汲取了外方股东在机构客户资产管理上的丰富经验。

## 工行广东分行 组建个人理财业务专家服务团队

8

俗话说“营销以渠道为王，得渠道者得天下”。近年来，工行广东分行把渠道建设摆到重要位置，在大力推进营业网点、自助银行、电子银行渠道建设的同时，注重抓好客户经理队伍建设。

据介绍，为加快推进个人理财业务持续、快速、健康发展，整合全行服务力量，工行广东分行于近期正式组建了个人理财业务专家服务团队。

此次组建的专家服务团队由工行广东分行相关人员以及从各地二级分行选拔的50位理财业务骨干组成。该专家服务团队将在工行广东分行个人金融业务部直接指导下，致力于培养各地二级分行个人理财业务发展的领头人和个人理财经理队伍的带头人，着力搭建全行个人理财服务支持平台和业务交流平台，着力提高全行理财经理的综合业务素质，以更好地满足优质客户理财服务需求。

## 工行大连分行 “理财金账户2008财富生活驿站” 活动正式启幕

9

为更好地服务于高端客户，不断创新服务手段和措施，确保优质客户维护工作的可持续性，工行大连分行继成功开展“理财金账户2007财富生活驿站”活动后，“理财金账户2008财富生活驿站”活动正式启幕。2008年1月24日下午，工行大连分行成功举办了“理财金账户2008财富生活驿站——专属就医通道活动”，本次活动从关注客户切身利益的角度出发，联合了健康管理公司参与，邀请著名营养师王兴国副教授进行了营养学讲座，近150名优质客户参加了本次活动。

通过本次专属就医通道增值服务，工行大连分行向优质客户传递了工行的重视、尊重和关爱，并向与会客户赠送了新春对联和“福”字，提前向广大客户致以新春的祝福。“理财金账户2008财富生活驿站”活动，搭建了银行与客户之间沟通的桥梁，为维护存量客户关系，提升工行在客户心中的地位，进一步强化工行理财金账户“六专”服务体系，开辟挖掘潜在客户的新途径，树立良好品牌形象，从而为大力促进个人金融业务的健康发展奠定了坚实的基础。



## 工行山东分行营业部 新春奉献 第五期“泉之韵”系列 投资理财沙龙

10

新春伊始，为帮助工行新老客户积极面对2008年的金融市场，工行山东分行营业部与上投摩根基金管理公司强强联合，于2008年2月16日上午特邀该公司机构业务总监兼上海销售部副总监陈健先生来到济南，亲临工行山东分行营业部第五期“泉之韵”系列投资理财沙龙活动，为广大投资者奉献一场新春贺礼。

陈健先生为上海交通大学工商管理硕士（MBA），拥有15年证券、基金从业经验，对中国证券市场走势具有深刻的分析洞察力。投资报告会上陈健先生通过精彩的演讲和与济南的广大投资者面对面的交流，为投资者详细讲解了2008年市场动向，并现场回答投资者的理财疑问。

工行山东分行营业部精心组织筹划此次沙龙活动，充分利用网点和金融理财师广邀客户，并借助媒体进行宣传，共邀请330名个人中高端客户参加，沙龙内容丰富，讨论热烈，对客户现场发放调查问卷，为工行与新老客户的沟通搭建了良好的平台。

（责任编辑 翟成勇）