

经济日报 · 财富情报

CaiFu QingBao
Wenzhai

文摘

主编:冯光国 稿件推荐邮箱:cfqbwwz@163.com 新闻热线:028-68230696 责编:杜高孝 编辑:兰扬 版式:吉学莉 校对:金良 第 101 期 总第 6896 期 2011 年 5 月 14 日 星期六 辛卯年 四月十二

电子商务:
10 年开启的“神话”
[详见 B1 版]

饰品店经营创新
收入扶摇直上
[详见 B3 版]

家有全职太太
科学理财更重要
[详见 A2 版]

投资文化产业 50 亿
李亚鹏不当演员当老板
[详见 A4 版]

世界奢侈品牌
为中国富人“转舵”
[详见 C2 版]

污泥处理呈空白
创业者抢抓商机
[详见 B2 版]

吕金刚:
70 元缔造亿万财富
[详见 B4 版]

理财时尚两不误
投资奢侈品贵在唯一
[详见 A3 版]

中国商人发威廉婚礼财
婚戒狂销 500 万枚
[详见 C1 版]

个税草案 10 天 19 万意见
李稻葵力荐单一税率制
[详见 C4 版]

► 本期财论 | Benqicailun

世界需要人民币 人民币 更需要世界市场

5 月 5 日中国两家权威财经报纸报道了两条高度相关的消息。其中《上海证券报》报道说,5 月 4 日中日韩三国在越南河内举行了第 11 届财长会议,会后三国财长发表联合声明称,三国已同意就使用本国货币结算相互之间的进出口贸易展开可行性研究。与此同时,《第一财经日报》报道说,根据汇丰银行发布的最新调查报告显示,人民币预期将首次超越英镑,成为全球贸易企业在未来半年考虑采用的三种主要结算货币之一。而在中国内地预计年内人民币将超越欧元成为贸易企业结算货币的第二选择,仅次于美元。

这两个消息一个来自政府之间的磋商,一个来自市场的真实交易,但它们表达出了共同的信息,那就是世界经济越来越需要人民币了。这是有直接数据证明的。

比如直接按照经常项目口径实施的人民币跨境结算,短短两年不到,结算规模的增长速度惊人。4 月 18 日在广交会上中国人民银行货币政策二司司长李波透露,今年一季度银行累计办理跨境贸易人民币结算业务 3603 亿元,已经占到去年业务总量 5063 亿元的 70%。而自 2009 年 7 月开展跨境贸易人民币结算试点以来,人民币跨境结算的试点企业已从 365 家增加到 6.7 万家。而这种迅速放大的人民币市场结算规模,为中日韩三国率先使用各国本币进行进出口贸易奠定了极其扎实的市场基础。

但要想以此就得出更为乐观的结论,比如至少在中日韩三国率先形成非美元的货币体系,估计还是憧憬大于现实的。因为人民币还是不能自由兑换的货币,它的汇率和利率以管制为主、市场调节为辅,一种有对外汇额度限制,资本项目并非充分开发的货币,如何全方位参与多国组成的区域经济体,说实话是前无古人的。

尽管包括跨境结算等人民币离岸市场正在蓬勃发展,尤其是在中国香港业已形成了包括证券 IPO 在内的多品种人民币计价的金融产品的市场,但已经开始被广泛使用的人民币在资本项目下的短板,会使得正在受到热烈欢迎的人民币,变得不那么好使用。

比如人民币对外直接投资就会受到限制。假设一个中对日贸易的中方获利者,想以人民币投资日本恐怕还难以实施。他不仅在日本找不到人民币计价的投资品种,即使找到了,想进行投资也需要回到中国办理投资手续。而这种没有自由投资的限制,这种仍然需要拿回国内审核的管制成本,造成了中国直接投资量的微小,和全球第二大经济体的地位相去甚远。

不包括中国以主权基金形式购买的美国债等金融资产,截至 2009 年底中国大陆境外直接投资的存量总计约 2300 亿美元,这与丹麦相当,略高于中国台湾。这还不是人民币的投资,若算人民币的投资,就更少了。因为迟至今年 1 月,央行才发布《境外直接投资人民币结算试点管理办法》,截至 3 月底各试点地区累计办理人民币对外直接投资 220 笔,金额 169 亿元。这和中国对外贸易的庞大相比,近乎可以忽略不计。

而中国的各种产业多么希望能够直接使用人民币进行对外投资呢!这体现在经常吵闹的铁矿石上,也体现在日益昂贵的石油资源上,甚至体现在购买奢侈品上。假设和沙特做日用品获利的人联合起来,可以直接用人民币购买油田,这将是多么值得欢呼的大好事情呀。首先,这些钱直接去省去了汇兑成本、汇率风险;其次,这些钱可以自由投资,不需要等待政府漫长的批准,就可以把握稍纵即逝的市场机会;有此两点齐备才能得出一个人民币十分好用的结果。说到底人民币到底好不好用?是从世界需要人民币和人民币更需要世界市场两个角度来完善的。

(摘自《东方早报》陈宁远 / 文)

酒类理财 几多收益? 几多风险?



葡萄酒的收藏与投资,在国际市场上已有相当长的历史,而随着近年来国内消费市场的升级以及消费者消费理念国际化进程的加快,高端酒类产品的稀缺性价值得到了广泛认可,酒类投资者进军收藏与投资平台的步伐有明显加快的趋势,特别是一线白酒品牌广受追捧。当“白酒”“葡萄酒”们以理财产品的全新定位出现在消费者面前时,其传统价值无疑得到了新的诠释和表现,而对于投资者、酒类生产企业以及整个酒类市场而言,又意味着哪些收益与风险呢?

信托理财酒香弥漫

受前段时间白酒涨价的影响,各种高端白酒的收藏、拍卖活动接连不断、风生水起,与此同时,信托机构和银行也相继跟进,各种酒类信托理财产品频现市场,因其作为投资产品的特殊属性和较高的受益预期,迅速搅动起投资市场的新热潮。

日前,舍得酒携手工商银行推出了 30 年年份酒“天工绝版酒”的收益权信托理财产品,该产品主要

投资于四川信托设立的“舍得 30 年年份酒(天工绝版酒)收益权投资(一期)集合资金信托”,该信托计划买入四川沱牌曲酒股份有限公司持有的 2 万坛舍得 30 年年份酒“天工绝版酒”的收益权。

该产品投资期限为 12 个月,产品到期后,客户可选择以现金或实物形式获得理财本金及收益,如选择现金形式,除了能得到理财本金外,还可获得最高约 4.7% 的现金收益;如选择以实物形式获取理财本金及收益,除可得到收益权所对应的白酒外,还可获得 6.7% 的现金收益,及沱牌舍得公司提供的增值服务——参加舍得美酒品鉴会、畅游四川美景、参与抽奖活动。同时,产品存续期间,客户可按约定行使舍得 30 年年份酒“天工绝版酒”的收益权——以实物形式提取舍得 30 年年份酒“天工绝版酒”。

而国投信托公司则于不久前推出了“葡萄酒基金·乡都酒业葡萄酒开放式财产信托”,值得注意的是,该葡萄酒信托产品是国内第一支纯管理型葡萄酒财产信托产品,并没有募集资金意向。国投信托方面表示,这一产品主要是通过将新疆乡都酒业拥有的阿奢尼葡萄酒汇集设立财产信托,通过信托的金融平台来提升阿奢尼葡萄酒的市场形象。为此,乡都酒业联合国家葡萄酒及白酒、露酒产品质量监督检验中心,对“阿奢尼”葡萄酒进行权威的品质检测,有关保险机构对信托财产中的每瓶葡萄酒都做出质量保险,在此基础上,每一瓶“阿奢尼”葡萄酒的酒标、外包装箱、木质礼盒上都注明“国投信托葡萄酒基金”。

而早在 2010 年 6 月 1 日,泸州老窖股份有限公司在上海世博会期间便推出了“泸州老窖特曲绝版老酒”,并通过与工商银行的合作,使该产品以“绝版”诉求进入投资平台,成为高端白酒理财产品。同时,以拍卖等形式进行的酒类产品投资认购行为也不在少数,并极具轰动效应,如贵州茅台曾推出过 499 套十二生肖版收藏酒,并通过北京产权交易所的金马甲平台进行网络竞价,最终以 9568.7501 万元成交;而一瓶“精装汉帝茅台酒”更以 890 万元的天价拍出。

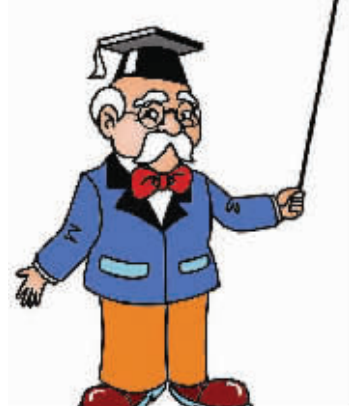
由此看来,酒类产品的确已成

为投资领域的新宠。

高收益? 高风险?

酒类产品的价值可以随着时间的推移而递增,且其未来价格无法准确预期,这就完全具备了成为投资品的条件。但在投资多元化趋势非常明显的环境下,酒类投资产品的收益与风险该如何评估,这才是决定其投资价值的根本所在。若投资者仅凭对品牌的感性认识、市场价格动态以及对传统酒文化的感情因素就做出投资判断,显然是缺乏理性的。

据了解,葡萄酒投资信托类产



品的预期收益率在 5% 左右,而目前在国内的最高收益率可以超过 8%,其投资潜力可见一斑;而白酒类投资信托则由于其创新型产品的独特魅力及白酒消费市场的不断升温而备受期待。表面看来,酒类投资的确是一座充满诱惑的高收益“金矿”。

事实上,理财产品的创新尝试,难免有设计上的漏洞和不足,这在国内外理财产品的发展过程中并不鲜见,高收益往往伴随着高风险。比如葡萄酒投资受年份等自然因素及储藏等后期因素的影响很大,而品牌更是决定其价值的关键因素,国内投资者在缺乏足够的葡萄酒生产、文化等常识的条件下很难做出准确的投资判断。

而目前的一些白酒理财产品则采取多种收益形式——选择收回本金,选择实物白酒,或者部分本金和白酒产品相结合,则完全由消费者决定。几种收益形式相比较,通常是收回实物白酒的收益率较高,但问题在于投资者把动辄上万元的白酒产品带回家之后该如何对待?自己喝掉显然是不现实的,与黄金、白银等投资物相比,白酒受品牌和地域因素的影响较大,即便产品升值了,其交易过程也有可能大费周折,何况实物白酒的储存又是个大问题。这样一来,所谓高收益率还有多大的实际价值?至于收回现金本利的形式,白酒理财产品的收益率大多在 4% 左右,这一收益率的理财产品在市场上并不鲜见,对投资者的吸

引力有限。

所以,从投资获利的角度来看,目前的白酒理财产品还存在诸多不确定性,实际问题有待解决,当然,酒类投资理财产品的不断出现,一方面充分肯定了酒类产品具有作为投资品的特殊价值,也在不断探索与金融衍生品相结合的可能性,并为广大酒类企业寻求不同于以往的创新发展模式。

相比于国际上比较成熟、完善的运作模式,国内酒类投资产品还需要在投资方式、盈利渠道、风险规避以及回购保障等方面做出调整和尝试,也许在不久的将来,通过与权威信托机构及金融单位的深入合作,种类丰富、可操作性强的白酒理财产品将出现在广大投资者面前。

如何借信托平台 提升市场竞争

进军投资信托平台,对于酒类企业而言无疑是打开了一片全新的领域,企业将从中获得新的资金支持,以更强大的实力去应对日益激烈的市场竞争。而除了直接的融资受益外,酒类企业还可借此实现自身实力的进一步提升。

首先,以产品为核心的酒类信托投资,对于企业的质量水平将起到监督和提升的作用,特别是当前白酒市场消费升温,各种高端新产品不断涌现出来,其中一些产品的高端价值并不突出,既缺乏产品质量突破的支撑,又没有深刻的文化内涵演绎,仅仅根据企业的市场发展需求而做出产品线的延伸,以“价格”表现“价值”,透支消费者对产品的信赖与口碑以换取短期效益,这将会损害到整个行业的形象与长远发展。

而通过推出信托投资产品,酒类企业可以引入更加公开、严格、透明的质量评价检测体系,对产品质量进行“公证”,提升行业公信度和美誉度。

其次,通过信托产品,酒类生产企业可以收到积极的品牌效应。在很多时候,酒类信托产品及其他一些酒类理财形式的投资者还兼具酒类产品消费者的身份,他们之所以选择购买某款信托产品,很大程度上是出于对其品牌的认可,对其品牌价值和议价能力具有充分的信任。如果酒类企业能将信托产品与品牌文化的传播、品牌理念的渗透、品牌价值的表现等结合起来,或将收到更多的惊喜。

另外,酒类信托产品的不断发展,必然建立在消费者理性化程度和专业化程度不断提高的基础上,这也为酒文化的传播提供了一条新途径。因为投资者判断一款酒类信托产品的价值,必然要全面详细地了解其酿造、品质、品牌等各种因素,如果酒类企业能将其与当前蔚然成风的体验式文化传播加以结合,把以往那些近似于说教的酒类生产、品评专业术语融入到信托产品的价值表现中,文化传播的效果或将事半功倍。

当酒类信托产品日渐丰富,酒类理财流行起来,不仅是投资者应在收益与风险之间做出理性抉择,作为酒类企业乃至整个酒类市场,也该积极思考寻求将这一趋势为己所用,收益于自身实力的提升。

(摘自《华夏酒报》石磊 / 文)

► 财智书简 | Caizhishujian

金钱梦话

□龙良贤

驾车时,你会幻想车子突然失控坠崖。拜访朋友途中,你会幻想朋友拿把剪刀威吓你。自己被关在一间斗室中,你会突然想到自己的事业一败涂地。这些思维都是消极的,而且不论你喜欢与否,它们常不请自来。

恶质思维侵入人心灵是极为正常的现象。根据正式的调查报告,大多数人都有这种经验,而且内容千奇百怪。

无论恶质思维多么强而有力,运用两字真言,将使它们无法灌注于潜意识,任凭恶思、噩梦完成,马上对自己说:“取消,取消。”然后放松身心,让恶质思维随风而逝。

两字真言目前已被广泛运用,几乎全世界的自我训练课程,都会教导这项技巧。这些课程的费用,从 10 美元到 300 美元不等。就两字真言的价值而言,300 美元实在不贵。

2. 从经验中学习

白手起家的百万富翁查理斯·史维博曾说过:“我的失败经历占 49%,成功经历只占 51%。”很显然,这 2% 的差值,就是成败的关键。遇不顺遂的事情时,千万别留恋,继续迈步前行。人生



本来就是成败交替,你只能接受它。只有成功的次数超过失败的次数,仍然可以持盈保泰。

遭遇不顺遂,是人生的必然。人无远虑,必有近忧。如果你驾车去参加一个聚会,半途转错一个弯,难道你就打道回府吗?当然不会,聪明的你,只需掉头回转,仍然可以与朋友欢聚。世界上没有一帆风顺的人生。成功的道路布满阻碍,前进的路途难免穿插跌跌撞撞的情节。阅读成功人物的传记,你会发现他们都曾犯过错误,遭遇挫折,但是他们懂得从挫败中吸取教训。不论在迈向成功的旅途中遇到任何挫折,你必须学习成功人士的处理方式:从挫折中吸取教训。

3. 激励勇气

人类惧怕许多事物:贫穷、讥笑、疾病、失恋、年老、死亡。惧怕减弱你的推理能力,消减你的想象力,使你失去热情,阻碍你迈向成功之路。从现在开始,将惧怕抛得远远的,不再让它阻挠你。

(连载之十八)