



黄金坐上了过山车、银行理财产品收益率普降……

上半年，“财”市的那些事儿

时间进入7月份，意味着2013年的上半年已成为“过去时”。回首这半年来的投资市场，投资者经历了股市的震荡、金价的暴跌、银行理财收益率的一降再降……面对风云变幻的市场，曾经的市场明星背后的光环都已经开始慢慢黯淡，找寻一个适合下半年市场的投资策略，成为当前的首要问题。

记者 邹传科/文 倪路/图



贵金属：跌幅达13%

今年以来，国际金价从1600美元/盎司左右的价格，跌到目前的1400美元/盎司左右，跌幅达13%，金价断崖式下跌。第一季度交易所交易基金大规模减持超过了全球珠宝、金条和金币需求强劲反弹的影响，

2013年第一季度全球黄金总需求比2012年第四季度下降了19%，降至三年低点。

分析显示，黄金价格在过去十多年被疯狂的投资需求所推升，通过此番价格震荡之后，黄金市场或将回归理性。

银行理财产品：收益率普降

2013年1月-5月，国内商业银行共发行个人银行理财产品16563款，同比增长26.18%，银行的理财市场保持了良好的发展势头。

据此，业内人士分析：“与定期存款相比，银行理财产品的收益优势还是比较明显的，尤其是中长期的产品。”数据显示，今年1-5月，人民币理财产品平

均收益为4.44%，但平均收益率呈现下滑态势。今年上半年，我国新增人民币信贷和社会融资规模均保持了较大的增量，显示了央行在货币政策中性稳健的趋向。在目前通胀较低、经济仍在缓慢复苏的过程中，业内人士预计3季度银行理财市场整体收益或将继续下探。

股市：反复震荡变数多

从2012年12月份沪指跌至1949点，到上月又深度跌至1849点，回顾2013年上半年的中国股市，形势并不乐观。

值得注意的是，虽然近年来内地经济

一直保持着增长势头，但上证综指与2007年最高点时相比，下跌幅度仍超过60%。专家分析，目前宏观经济变数较多，大盘还将反复震荡。

信托市场：呈现快速放大趋势

数据显示，2013年以来发行的新信托产品达1831只，发行规模超过2334亿元。作为信托产品市场的四大主力房地产信托、基建信托、工商业信托、证券类信托，今年更是不乏亮点的表现。

2013年房地产信托逐渐复苏，截至6月上旬，今年房地产信托产品已发行378款，房地产信托785.53亿元的发行总规模

也高居四大信托产品之首。在发行规模走高的同时，今年发行的378款房地产信托产品的平均预期收益率为9.62%；今年以来，基建信托的发行数量已经达到366款，发行总规模则逼近600亿元。在今年国内信托市场收益率普遍下滑的背景下，366款新发行基建信托的整体预期收益率却从去年的9.26%上升至目前的9.38%。

基金市场：创新型基金受青睐

前些年备受冷落的基金市场正在悄悄打响一场翻身仗，那些产品创新、风格稳健、进出灵活的基金，正受到越来越多投资者的关注。

对投资者而言，寻求收益性与流动性的双全，一直是理财难题。在这方面，定期开放债基由于其特殊循环封闭开放的模式，实现了收益与流动的平衡，这也使“定期开放债基”这种新产品受到不少投资者的欢迎。

“产品创新因素之外，债券市场的稳定也是吸引投资者的重要原因。”长江路上一家大型银行的理财师分析说，目前国内通胀形势稳定、经济增长尚未明显失速，在此大背景下，货币政策大幅放松或转为收缩的可能性都不是很大。因此，整体来看，信用债的基本面、政策面因素并未发生质的转变，市场上也比较看好债券市场，预计中长期利率依然将平台整理。因此，中高评级信用债仍是专业投资者的首选。

服务篇

中国工商银行合肥宿州路支行 打造工行优质服务的“样板”

“我家搬到离这里几十公里的滨湖了，还是把我的理财产品放在宿州路支行，这里的热情服务让我们感到很温暖。”昨日，一位工行宿州路支行的客户如是告诉记者。作为一家坐拥省城最繁华区域的银行，近年来，工行宿州路支行动足了心思，不断增强服务能力、改进服务水平、改善客户体验，提升客户满意度，力争将该支行打造成工行优质服务的“样板”。

李健 史道玲 记者 邹传科/文 倪路/图



图为工行宿州路支行明星大堂经理陈晓元在与客户交流

亮点1：高品质的便民服务设施

走进工商银行宿州路支行的营业大厅，不禁让记者眼前为之一亮。各功能区的标志显而易见，温馨环境让人感到惬意、舒适。“这里不仅环境好，服务还周到。”一位正在办理业务的客户对记者说道，在这里才能真正享受到高品质的优质服务。

由于身处闹市，每天来工行宿州路支行办理业务的市民繁多。近年来，该支行不断升级营业厅硬件和软件设施，客户满

意度大大提升。

“我们一直努力加强营业大厅和门前三包区域的环境管理。保持网点门前台阶、橱窗、各类服务设施等的干净整洁，不留卫生死角，向客户传递细节服务和精致服务的的信息。”宿州路支行相关负责人表示，“我们根据网点目标客户群的特点，结合当地人文特色，在营业大厅配备了便民雨伞、急救药箱、饮水机等各种便民服务设施。”

亮点2：凝心聚力促员工提品质

窗口单位和服务行业与民生最贴近，服务群众最直接。银行既是窗口单位又是服务性行业，因此服务是银行各项功能实现的基础和载体，也是树立银行品牌的关键着力点之一。作为一个金融服务窗口单位，服务成了银行的“生命工程”。

据了解，为进一步提升网点服务内涵和规范尺度，工行宿州路支行专门邀请深圳欧顾得礼仪管理顾问机构进行规范礼仪培训。“通过培训使我们深刻认识到提

高服务品质的重要性，增强了紧迫感和使命感，规范了员工言行举止，提升了工商银行的社会声誉度和美誉度。”宿州路支行相关负责人表示。

除培训之外，该支行还通过设立员工“服务明星”墙和“服务创建园地”，加大对先进和典型的物质和精神奖励。设立“行务公开栏、企业文化墙”，让员工关注支行经营发展和增强企业文化氛围，凝心聚力、提升服务品质。

亮点3：明星大堂经理带起星级服务

说到银行服务，可能很多人首先想到的是礼仪规范，文明待客，但是服务的内涵远不止此。真正好的服务，必然是生动的，鲜活的，温情的，有着人性的温度。这样的服务，让人如沐春风，让人依依不舍，让人油然而生尊敬与钦佩。

“她就像亲人一样，问我冷暖，帮我理财。”采访中，一位老年客户向记者这样倾述。这位客户口中的她，就是身负“中国银行业文明规范服务”的最高荣誉，在省内银行业也获得荣誉无数的明星大堂

经理陈晓元。亲切温婉的笑容，认真真诚的待人接物，说起工行的各类理财产品来如数家珍，这是陈晓元给记者留下的第一印象。“把客户的钱当成自己的钱去打理，不是为了做业绩而做业绩，而是重在做人。”谈到赢得客户信任的秘诀，陈晓元如是说。而正是因为这份难得的真诚，她也被昵称为“客户的贴心小棉袄”。

在宿州路支行，正是有着一批像陈晓元这样用心服务客户的工作人员，他们用点点滴滴、实实在在让客户们感动着。