

财眼

2020年收官 逾八成私募看涨明年1月行情

新快报讯 记者涂波报道 今天是2020年12月31日,全年最后一个交易日。从昨日A股市场的表现来看,创业板指大涨3.11%,站上2900点整数关口,创5年新高,沪指和深成指上涨均超1%。两市合计成交8470亿元,北向资金净买入64.4亿元,年底市场交投氛围较活跃。对于元旦假期是持股还是持币过节的问题,数据显示,对于明年1月的A股市场表现,逾八成私募选择看涨。

从2008年年底至今的仓位变化图看,股票策略私募的平均仓位水平和A股市场行情的走势,整体呈现高度正相关。排队网研究院指出,就2020年以来

的仓位情况看,期间A股虽经历疫情影响下的多次大跌,但股票策略私募的仓位水平整体呈现稳步上升的态势。2020年1-3月,股票策略私募平均仓位在68%-73%之间;2020年4-6月,股票策略私募平均仓位维持在73%上下;2020年7-9月,股票策略私募平均仓位进一步上升至75%-77%;而近2个月,股票策略私募的仓位整体维持在78%-80%的高位水平,逼近2015年的牛市最高仓位82%。因此,从今年以来整体仓位水平看,股票策略私募对未来的股市行情持乐观态度。

融智评级研究中心指出,2020年12

月对冲基金经理A股信心指数为120.47,相较11月信心指数环比上升0.74%。从仓位来看,目前股票主观多头策略型私募基金的平均仓位为81.00%,接近历史最高水平。在提到节日基金持仓情况时,一私募基金庄经理告诉新快报记者:“基金一般保持在七八成仓位,通常不存在持股还是持币过节的问题,因为持有优质股票是应对市场波动最好的手段,市场的波动是短期的,业绩好的公司可作为价值投资长期持有。”

对2021年一季度行情,不少券商认为跨年行情远未结束,选股需要仔细斟酌盈利与估值性价比。成长股躁动机会

主要来自于基本面改善趋势更明确、空间更大的品种,如新能源车、汽车零部件、计算机、军工和化工等。据悉,有来自私募业的最新问卷调查显示,对于明年1月的A股市场表现,有八成私募基金选择看涨。

此外,从北向资金近一个月净买入情况来看,截至12月30日,达526.60亿元,历史净买入11928.90亿元。外资普遍认为,随着疫情得到控制,全球经济改善以及流动性充裕的大环境没有改变,这将刺激全球更多资金流入亚洲地区,尤其是中国市场,预计2021年资金保持强劲流入,将为A股资产市场提供强劲支撑。

银保监会提醒: 警惕网络平台诱导过度借贷 切勿“以贷养贷”

新快报讯 记者许莉芸报道 近年来,各类网贷平台层出不穷,为了获得用户不断通过各类营销手段诱导过度消费。针对这些过度借贷消费营销行为,日前银保监会消费者权益保护局(下称“消保局”)发布风险提示,提醒广大消费者,要坚持从实际需求出发,树立量人为出的理性消费观,合理使用借贷产品,选择正规机构、正规渠道获取金融服务,警惕过度借贷营销背后隐藏的风险或陷阱。

消保局指出,一些网络平台为获取海量客户,通过各类网络消费场景,过度营销贷款或类信用卡透支等金融产品,诱导过度消费,具体存在三类问题。

其一,是信息披露不当,存在销售误导风险。一些机构或网络平台在宣传时,片面强调日息低、有免息期、可零息分期等优厚条件。然而,所谓“零利息”

并不等于零成本,往往还有“服务费”“手续费”“逾期计费”等,此类产品息费的实际综合年化利率水平可能很高。一直以来,不少消费信贷营销故意模糊借贷实际成本的行为,侵害了消费者知情权,容易让人产生错误理解或认识。

其二,是过度包装营销,陷入盲目无节制消费陷阱。一些机构在各种消费场景中过度宣扬借贷消费、超前享受观念。这种对贷款产品过度营销、过度包装的行为容易诱导无节制消费,尤其易对金融知识薄弱人群、没有稳定收入来源的青少年等产生误导。有的未成年人、青少年在网络平台借钱后,给明星打榜、集资、包场、送“粉丝应援礼”,“借贷追星”现象蔓延。盲目借贷、盲目消费终会侵害金融消费者自身权益。

这类现象在各类购物节中尤为常见。如天猫、京东商城的双11购物节中,

很多商品优惠活动默认优先选择花呗、白条等,很多消费者在不知情的情况下就“被借款”了。

第三类问题是“过度收集、滥用客户信息,存在个人信息使用不当和泄露风险”。一些网络平台的网贷营销罔顾消费者利益,利用“土味”“奇葩”广告吸引流量,套取客户信息。在营销或借贷过程中,通过广告页面过度收集并滥用客户信息,甚至在消费者不知情的情况下,将客户信息在平台方、贷款机构、出资方等之间流转,侵害了消费者信息安全权。

日前,人民银行副行长陈雨露在一次政策会议中透露,根据国家将要颁布的个人信息保护法、数据安全法等新的法律,人民银行即将推出《个人金融信息保护暂行办法》,以更大的力度来规范个人信息在金融领域里的依法合规使用,切实维护好信息主体的合法权益。

抓“六保”促“六稳”,兴业银行降本减负支持小微企业

小微企业是居民就业和经济发展的重要基础。今年,兴业银行按照“六稳”“六保”工作要求,持续强化小微企业金融支持,多措并举降低企业综合融资成本,扩大“交易贷”“快易贷”“税收贷”等信用免担保产品的投放使用。截至10月末,该行普惠小微贷款余额1814亿元,较年初增长44%,普惠小微企业信用类贷款余额168亿元,占普惠小微贷款总额的9%,较年初增长77%。

兴业银行全力推进消费者权益保护工作

近年来,兴业银行高度重视消费者权益保护工作。该行将消保积极融入公司治理框架,同时持续提升信息安全防控水平,注重加强消费者教育,不断提升消费者金融素养和风险防范能力。

兴业银行广州管理部开展公众教育宣传活动

兴业银行广州管理部始终坚持公众宣传教育工作,致力于提升消费者金融素养。12月,该行以辖内营业网点为中心开展了金融知识宣教活动,并举办了节前老人防诈骗等系列活动。

链接

●理性消费,量入为出

消保局提醒,要认真看清借贷产品内容,某些营销过度宣扬的“借贷消费”“超前享受”“借贷追星”行为不值得提倡,不值得效仿。对自身的经济承受能力要有正确评估,杜绝不计后果盲目借贷、盲目消费行为。过度借贷往往导致资金断流,最终会使消费者个人甚至家庭陷入困境。

如何树立理性的消费信贷观?

●合理使用借贷产品,切勿“以贷养贷”“多头借贷”

天下没有免费的午餐。消保局提醒,消费者应了解网络平台贷款、类信用卡透支及分期等借贷产品,知悉借贷息费价格、期限、还款方式等与自身权益密切相关的重要信息,警惕一些机构或平台所谓“免息”“零利息”的片面宣传。合理发挥借贷产品作用,树立负责任的借贷意识,不要过度依赖借贷消费,更不要“以贷养贷”“多头借贷”。

●选择正规机构、正规渠道借贷

要选择正规机构、正规渠道获取金融服务,注意查验相关机构是否具备经营资质,防范非法金融活动侵害。消保局提醒,对不明的电话、链接、邮件推销行为保持警惕,不随意点击不明链接,不在可疑网站提供个人重要信息,增强个人信息保护意识,防范诈骗风险和个人信息泄露风险。

中信保诚人寿:布局大湾区新蓝海 开启财富管理新时代

粤港澳大湾区是“十四五”时期“国内国际双循环”战略的重要落子,是国家全面深化改革,实行高水平对外开放的“试验田”。自2019年《粤港澳大湾区发展规划纲要》正式发布以来,中信保诚人寿广东省分公司(下称“中信保诚广分”)从高处放眼未来,顺应高净值市场发展趋势,成立中信保诚人寿大湾区高净值中心,为高净值人群提供一揽子财富管理多元化的综合服务方案,开启了华南险企高净值客户财富管理的新时代。

根据《中信保诚人寿·胡润百富2020中国高净值人群品质生活报告》显示,2020年中国高净值人群消费价格总水平比去年上涨3.4%,比同期居民消费价格指数高出一倍。随着时代和环境的变化,高净值群体的需求,也在经历从

创富、守富到传承财富的变化。

“面对大湾区高净值人群强烈的财富管理需求,尤其在经济下行周期更为迫切的财富安全需求,同时紧随国家大湾区发展战略,我们在2020年成立了中信保诚人寿大湾区高净值中心。”中信保诚人寿广东省分公司副总经理赵岩武表示,中信保诚人寿一直以来以客户需求为核心,直击高净值人士财富传承痛点。

据了解,中信保诚广分此次建造的高净值中心逾千平方米、设计别出心裁,坐落在广州的5A超甲级写字楼——天德广场,其优越的地理位置,以及周边人文环境、交通便利、城市配套服务等综合优势,契合了中信保诚人寿高净值客户的品质。中信保诚广分将高净值中心作为国内专属于高净值人士的保险品

牌——中信保诚人寿「传家」的客户服务,成为中信保诚人寿战略布局大湾区的第一子,可见中信保诚人寿深耕高净值市场的雄心和决心。

近年来,中信保诚广分分别和全球顶级的会计师事务所和律师事务所,包括普华永道、德勤、勤理等外部专业机构建立战略合作关系,为高净值人群全方位解决家族财富传承问题;在健康管理方面,中信保诚人寿为高净值客户提供一系列特色管家式健康服务,从生活方式着手,提供国内、外全生命周期的高端健康管理体验。

据悉,自2020年7月成立以来,中信保诚人寿大湾区高净值中心充分发挥优势,累计服务高净值客户超2000人次,中信保诚广分高净值业务保费较去

年同期增长72%,百万以上保费的新契约保单数量同比增长80%。从数据可以窥见,资产传承与家族繁盛已成为湾区高净值人群的迫切需求。聆听所至,信诚所在,中信保诚人寿大湾区高净值中心的成立正是顺应了市场发展趋势,突破创新的关键之举。

“我们致力于为高净值客户提供专业服务,目前中信保诚广分正在密锣紧鼓地打造一支精通高净值人士家族财富管理和传承的梦之队。”据赵岩武透露,集团在2020年成立了协同委广东分会,中信保诚广分将协同中信银行、中信信托等中信集团战略协同机构的专业实力,以及整合德勤、勤理、普华永道等外部的专业力量,希冀为高净值客户一站式解决家族财富传承问题。