

人民币兑美元中间价“破7” 未来走稳有底气

新华社北京8月8日电 中国外汇交易中心数据显示,继本周离岸、在岸人民币兑美元汇率相继“破7”后,8日人民币兑美元中间价报7.0039,突破7元关卡,为2008年以来首次。

数据显示,2008年4月前人民币兑美元中间价始终高于7元,2008年4月10日首次“破7”来到6.9920元。4月10日至5月15日

期间,人民币兑美元中间价在7元关口附近小幅波动,并于2008年5月15日达到7元整。此后,人民币兑美元中间价始终低于7元。中国人民银行行长易纲此前

表示,无论是从中国经济的基本面看,还是从市场供求平衡看,当前的人民币汇率都处于合适水平。虽然近期受到外部不确定性因素影响,人民币汇率有所波动,但我

对人民币继续作为强势货币充满信心。人民银行完全有经验、有能力维护外汇市场平稳运行,保持人民币汇率在合理均衡水平上基本稳定。

热点

为爱『增值』



8月7日是我国传统节日“七夕”节,人们通过各种方式表达爱意,在德清县乾元镇的黄金专卖店,不少顾客在挑选黄金首饰。据媒体报道,当日国际黄金期货盘中最高已经冲破1500美元/盎司,创

近6年新高。国内黄金方面,同样是在延续上涨趋势,商场里实物黄金价格节节攀升,买黄金、投资黄金的顾客也多了起来,很多人选择在节日里为爱“增值”。

通讯员小绍兴 摄



上半年我国黄金消费量523.54吨 黄金首饰消费稳中有升,金条、金币需求明显下滑

中国黄金协会最新统计数据显示,2019年上半年,国内原料黄金产量为180.68吨,与2018年同期相比,减产9.60吨,同比下降5.05%。其中,黄金矿产金完成153.89吨,同比下降4.78%,有色副产金完成26.79吨,同比下降6.52%。

上半年,进口原料产金54.27吨,同比下降11.22%,若加上这部分进口原料产金,全国共生产黄金234.95吨,同比下降6.55%。

同期,全国黄金实际消费量523.54吨,与2018年同期相比下降3.27%。其中:黄金首饰358.77吨,同比增长1.97%;金条110.51吨,同比下降17.29%;金币2.90吨,同比下降29.27%;工业及其他51.36吨,同比下降0.60%。国内黄金首饰消费继续稳中有升,金条、金币需求则明显

下滑。

2019年上半年,全国矿产金产量排名前五的省(区)为山东、河南、云南、内蒙古和甘肃,矿产金产量合计62.91吨,同比下降7.31%,占全国比重为40.88%。其中,河南省受自然保护区内矿业权清退等因素的影响,产量同比大幅下降41.34%,内蒙古部分企业因技术改造,黄金产量较去年同期下降3.23%。

在全球经济疲软、国内经济结构调整的背景下,黄金行业积极响应新时代高质量发展要求,深化供给侧结构性改革,淘汰落后产能,优化产业结构,整合优质黄金资源,推进科技创新。2019年上半年,在全国矿产金整体下滑的趋势下,黄金行业各重点企业集团合计生产矿产金73.11吨,仍然保持同比3.19%的增长,占

全国矿产金产量的比重达47.51%,较2018年同期提高了3.67个百分点。

2019年上半年,黄金首饰消费继续保持稳定增长趋势,但进入二季度以来增长幅度放缓,黄金首饰消费市场去库存明显。从消费类别来看,占黄金首饰消费绝大比重的普货品类黄金首饰消费表现平平,古法金、硬金等品类消费仍保持稳定增长。随着消费群体的年轻化,黄金首饰消费趋势继续向轻量化、低克重发展,促使首饰加工商不断进行产品创新、创造高利润空间。创新首饰品类的出现正培育一批新的首饰加工商,为行业注入新力量的同时,也增加了行业的竞争力。金条消费方面,由于金价上涨,投资者持谨慎观望态度,导致金条消费需求下降。

2019年上半年,在全球经济放缓,美国经济数据不如预期,全球各国央行进入降息周期可能性大增,全球范围货币宽松愈演愈烈、地缘政治危机加剧的情形下,黄金价格向上突破,最高价已重返2013年6月份水平。

从中长期看,金价或进一步上涨。国际黄金价格自年初1282.40美元/盎司开盘,至2月20日涨至1346.73美元/盎司,随后震荡下跌,于6月25日最高触及1438.75美元/盎司,月末收于1409.27美元/盎司。上半年平均价格为1307.25美元/盎司,比2018年同期的1318.76美元/盎司下降0.87%。上海黄金交易所Au9999黄金以年初283.98元/克开盘,6月末收于314.70元/克,上半年平均价格为287.72元/克,比

2018年同期271.72元/克增长5.89%。由于人民币汇率的变化,导致国内黄金价格与国际黄金价格的同比变化趋势不一致。

2019年上半年,上海黄金交易所全部黄金品种累计成交量2.99万吨(双边),同比下降1.36%,成交额8.63万亿元,同比增长5.04%;上海期货交易所全部黄金品种累计成交量3.02万吨(双边),同比增长88.27%,成交额8.84万亿元,同比增长101.03%。由于引入了做市业务以及黄金价格的大幅波动,黄金期货成交量大幅上涨。

截至2019年6月底,中国人民银行公布的我国官方黄金储备为1926.55吨,上半年合计增加黄金储备74.03吨,并实现自2018年12月以来连续7个月增持。
据经济日报——中国经济网

你说·我说

用法治视角 审视“赚钱”APP

■张淳艺

看新闻可以赚现金,刷视频可以拿红包,甚至聊天打字、走路跑步也可以赚钱……现在,一批声称使用就能赚钱的手机APP,频繁在网络上打广告,吸引大量用户下载安装。新华社“新华视点”记者调查发现,此类APP多数涉嫌夸大宣传,承诺的高额回报往往无法兑现,鼓励用户拉人头发展下线的模式,引发质疑。

在一些手机应用市场中,打着“能赚钱”噱头的APP不在少数,且覆盖领域很广,包括新闻阅读、影音播放、手机输入法、健康运动等。相关应用的下载量最高的超过千万,下载量过百万的也不在少数。然而,天上不会掉馅饼。看新闻、刷视频、走路、打字等行为本身并不会产生经济价值,APP经营者自己都没有利润来源,难道自掏腰包让用户“赚钱”?

事实上,许多“赚钱”APP的广告很诱人,实际操作却是耗时耗力,且很难达到规定的提现门槛。相反,一些用户为了追求所谓的高收益,不惜在APP上花钱购买虚拟产品,到头来竹篮打水一场空。此外,“赚钱”APP大都要求用户填写真实姓名、手机号码,有些还需要绑定微信号,用户在获得蝇头小利的同时,很可能付出个人信息泄露的代价。对此,有关部门多次呼吁,不要轻信此类轻松赚钱的广告,以免上当受骗。

除了提醒消费者提高防范意识外,更要从源头加强监管,用法治视角审视“赚钱”APP,杜绝违法APP流入市

场。事实上,许多“赚钱”APP都是有意打法律擦边球,甚至已经逾越法律边界。比如,有的APP鼓励发展下线,使得老用户、新用户之间构成了上下层级,并以参加者本人直接和间接发展的下线人数为依据计算和给付报酬,形成“金钱链”。再比如,《网络游戏管理暂行办法》规定,网络游戏虚拟货币币的使用范围仅限于兑换自身提供的网络游戏产品和服务,不得用于支付、购买实物或者兑换其他单位的产品和服务。而一些APP宣传“领金币可提现或兑换现实商品”,就使得虚拟货币变成了筹码。此外,一些APP依靠其淫秽色情内容吸引点击量,从而通过广告来赚钱。

整治“赚钱”APP,首先要强化应用平台的审核责任。根据《移动互联网应用程序信息服务管理规定》,互联网应用商店服务提供者应当对应用程序提供者进行真实性、安全性、合法性等审核,建立信用管理制度,并向所在地省、自治区、直辖市互联网信息办公室分类备案。面对“赚钱”APP招摇撞骗,应用平台不能做“甩手掌柜”,必须严格履行管理责任,扮演好“守门人”角色,将违法APP挡在门外。

其次,有关部门要形成合力,加大对相关APP不规范行为的处罚力度。“赚钱”APP可能存在多重违法行为,公安、文化、网监、市场监管部门必须加强配合,联手整治,确保监管时时在线,猫腻无处藏身。在责令违法APP下架的同时,顺藤摸瓜揪出幕后操盘手,让不法分子受到应有惩治。



新华社发 商海春 作

职工理财经

新手开网店 赚钱实不易

■茹含懿

近年来,国内网购市场发展得如火如荼,消费者喜欢在網上购物,网购的发达也让更多开网店的人赚到了钱。

不少想赚钱的人看到巨大的网购市场,认为可以从这个“大金矿”中分一杯羹,或者利用闲暇时间赚点零花钱。但是前阵子我开了一家淘宝网店,作为新手,发现情况并非如别人想象的那样。

先说说我的设想,我有一款自己发明的攻山棋产品,但由于没有店面,暂时无法在实体店销售自己的产品,于是尝试在淘宝上开设网店,想先靠其他热销商品把网店的人气做出来,再考虑在网上卖我发明的产品。

因为没有进货渠道,听说网店一件代发模式适合刚开淘宝店的人,于是我跟着专门提供相关服务的老师学习,注册了我的店铺账号,当然老师提供的开店管家软件是需要付钱购买的,这种软件可以提供各种各样商品的图片、价格、规格等开网店的必需数据,并让热销商品在我的网店上架。

淘宝网开店出来以后,乍一看人气确实不错,但实际上收到的信息基本都是些“刷单”邀请。真正来购买商品的人很少,至今也就卖出3件商品。

怎么卖呢?买家下单后,我就选择一家网上经营货源代理的供应商取货,由供应商填写我提供的买家地址、姓名、手机号码,然后供应商直接发货到买家手里。

其实,我的网店就是个“中转站”,赚的是买家付的钱与供应商提供的货物价款之间的差价。一些有经验的人告诉我,要想把网店做出人气,我目前花出去的钱还远远不够。我自己则认为,即便花了钱把人气做出来,也不敢保证买家一定会愿意买我的商品。

通过这番尝试,我总结了经验:如果你有实体店,有了一定的客户群,再开一个淘宝网卖你的商品,那属于锦上添花。但如果你没有任何客户群,想靠新开的网店把客户群拉起来,是非常非常难的。有可能最后钱都花给你开店的老师了,你自己却什么都没得到。所以我想劝告那些以为开网店就能发大财的人,不要轻易去尝试这个模式。

本版提示:投资有风险,入市需谨慎!

跟我学理财

年化收益都搞不明白,你拿什么谈理财

别只会投资不会算账

投资的收益有很多种计算方法,收益的统计、计算方法多了,我们就需要了解相关名词,避免在文字上被偷换概念、转移视线。

产品期限多久,是单利还是复利,算出年化收益就可以进行横向比较了。

期间收益和年化收益

有了年化收益,对应的概念就是期间收益。以下表述都属于期间收益:自成立以来取得了15%的收益、股灾以来取得了25%的收益、近两年收益28%。期间收益仍然需要用上面的公式折算成年化收益。

需要注意的是,当一个净值波动比较大的产品,比如投资股票二级市场的产品,提到它在某个期间取得亮眼收益时,我们要留个心,关注以下几个问题:1. 该期间之前的收益如何?此前是否经历过产品净值的下跌?2. 该期间的同类产品收益或者业绩比较基准的收益是多少?是不是也高?3. 该产品5年、3年、1年的年化收益率分别是多少?是否具备取得稳定收益的能力?

年化收益也不是唯一的“金标准”。成立时间短,尤其是没到半年的产品一般不披露年化收益,因为无法确定产品在剩下的几个月,能否仍然取得这么好的回

报。对于这样的产品,去查看一下管理人发行的同系列复制策略的产品,在过往是否能取得稳定的年化收益。

理财的预期收益和业绩比较基准

2018年4月,《关于规范金融机构资产管理业务的指导意见》(简称“资管新规”)正式发布。资管新规要求,资产管理产品都要采用净值核算,不能再用预期收益率。

资管新规的过渡期截止到2020年底,在此之前,新产品和旧产品是并存的。

有些旧的理财产品说明中会有“预期收益率”的说法,新的净值型理财产品说明中就不允许使用这一说法,最多只可以出现“业绩比较基准”。这两者很不同。“预期收益率”是刚兑时代产品实际收益的隐含含义,“业绩比较基准”最多只能说明同系列产品的历史业绩水平、对标细分市场的收益水平,产品实际兑付收益率可以是完全不一样的。所以我们遇到写了“业绩比较基准”字样的理财,基本就是新的净值型理财了,我们就要去研究一系列的评价指标。

费前收益和费后收益

旧的预期收益型产品,由于投资标的价格不会用产品净值的形式体现并披露,所以产品管理人的管理费用、业绩提成是“价内”的,和我们已经比较熟悉的基金一样,会在“价外”明确约定管理费的收取比例、业绩提成的收取比例。

当明确约定了各项费用的收取比例时,就有费前收益和费后收益的区别。扣除各项费用前的费前收益是整个管理资产的投资收益,扣除各项费用后的费后收益是投资者实际能拿到的收益。有些产品的业绩提成是针对收益部分提取10%~40%,有些产品的业绩提成是针对超出业绩比较基准部分的20%~80%。弄错了概念,实际拿到的收益可能要比想象中大大缩水。

当我们遇到一款净值型产品时,如果产品管理人展示了产品的历史收益情况,我们一定要分清楚到底是费前收益还是费后收益,这个可以查看数据图表的备注说明,如果没有,请直接询问管理人,但口头的说明、承诺,只能信一半。



主讲人:祁长俐
CFA特许金融分析师
某全国性商业银行私银部副总经理
15年财富管理经验
中国银行业协会“优秀私人银行理财经理”