

全国碳排放权交易开市 明星基金经理调研布局

■赵明超

碳排放权交易成为近期市场关注的焦点。从机构布局路径看,已经从新能源板块开始向传统行业渗透。2020年股基冠军、农银汇理基金的赵诣,近期调研了全球水泥工业碳减排龙头中材国际。

碳排放权交易大幕开启

7月16日,全国碳排放权交易市场在北京、武汉、上海三地连线启动。碳配额开盘价为每吨48元。

所谓碳排放权交易,就是以碳排放权为标的所进行的交易,通过碳排放权的流转变形成碳价格信号,并利用市场的激励机制实现优化

配置,最终目的是抑制二氧化碳的增长,通过植树造林、节能减排、产业调整等形式,抵消自身产生的二氧化碳排放,实现“碳中和”,让地球更加美好。

碳排放权交易对上市公司的业绩会有重要影响。以美国电动车巨头特斯拉为例,经过多年亏损之后,2020年特斯拉首次实现年度盈利。但有意思的是,特斯拉盈利并非来自汽车销售的主业,而是得益于出售碳排放所得收入14亿美元,这对特斯拉扭亏为盈至关重要。

在聚鸣投资总经理刘晓龙看来,对中国的光伏和新能源汽车行业来说,“碳中和”会带来更多发展机遇,这将在大的产业浪潮中首次由中国企业主导的新机遇。

在业内人士看来,中国碳市场转型对中国和全世界来说都是至关重要的,代表了中国实现“双碳”目标的决心和信心,接下来必将会向各个行业渗透。7月初,在成都举办的“2021中国生态环境产业高峰论坛”上,生态环境部应对气候变化司司长李高在致辞时表示,中国的“碳达峰”必须是高质量的达峰,要防止“碳达峰”变成“攀高峰”,生态环境部将逐步扩大碳市场覆盖的行业范围,有序纳入水泥、有色、钢铁、石化和化工等高排放行业。

冠军基金经理调研水泥碳减排龙头

碳排放权交易开市,随之而来

的是巨大的投资机会。从机构布局路径看,已经开始从新能源板块向传统行业渗透。Choice资讯统计数据显示,6月份以来,共有20多家碳交易概念股吸引机构前去调研。其中,7月12日2020年的股基冠军赵诣,调研了全球水泥工业碳减排龙头中材国际。

在调研中,针对“碳达峰、碳中和”对水泥行业和公司有哪些影响的问题,中材国际表示,将通过智能化改造和绿色发展,持续攻关水泥工业碳减排技术,服务水泥企业提升现有水泥生产线的竞争力。另外,中材国际将持续布局海外市场,推动全球水泥行业向智能、绿色方向转型。

国盛证券建筑工程行业首席

分析师何亚轩表示,2020年水泥行业二氧化碳排放量占全国总排放量的13.5%,仅次于钢铁,碳减排势在必行。若后续水泥行业被纳入全国碳排放权交易市场,行业碳排放将被纳入管理范围,碳排放将增加企业经营成本,碳减排改造的经济性进一步凸显,水泥企业推进技改置换的动力将显著增强。中材国际作为水泥生产升级改造方面市占率达70%的龙头公司,将深度受益于行业绿色转型。

从机构投资者调研的其他碳交易概念股看,保银投资调研了新天绿能,东吴基金和申万宏源证券调研了冰轮环境,华夏、长信等基金公司调研了海威科技等。

哪个渠道买卖基金更划算

■周琳

中国证券投资基金业协会统计显示,截至2021年5月底,全市场公募开放式证券投资基金数量达6972只,基金规模17.13万亿元,基金资产净值20.23万亿元;封闭式基金为1089只,规模2.48万亿份,资产净值2.67万亿元。

面对数量如此众多的公募基金,选择何种渠道购买更划算?金牛理财网分析师官曼琳介绍,公募基金的销售分为直销和代销。直销是由基金公司自己销售,代销则是由商业银行、证券公司、第三方网络销售平台等其他机构代为销售。

过去数十年里,商业银行一直是基金销售的主力军。投资者买基金喜欢往商业银行跑,因为银行给人一贯的印象是安全可靠,在银

行买出错的概率起码比较低。在银行买基金,确实有不少优点,比如支付便捷,对于资金在银行理财里周转的人比较方便。但银行只是担任代销的角色,投资者购买到的基金,并非由银行发行,盈亏实际上与银行无关,基金的申购费也没有明显优势。正常情况下,在银行购买基金都需要1.5%的申购费,就算打了8折,也还需要1.2%。而且购买和赎回都需要通过银行进行操作。换言之,投资者买卖基金的钱,不论流入流出多少次都必须走银行的渠道。

同银行一样,证券公司也会与基金公司合作,代销基金产品。如果投资者有股票账户,一般可以直接通过证券交易账户购买ETF分级基金或者LOF基金。购买方式与买股票一样,输入基金代码即可搜索购买。需要注意的是,投资者

在购买场内基金时,与买股票的性质一样,都不需要支付申购费和赎回费,也不需要支付印花税,但需要支付券商佣金。

直接到基金公司官方网站、官方APP或者直销柜台购买基金,也是很多投资者买基金的方式。这种方式一般没有中间商赚差价,基金申购费自然可做到相对优惠,搞促销时甚至可以0费率申购。缺点是基金公司的销售渠道一般只发售自家的产品,在产品选择上会受到限制,流程也相对繁琐。

随着移动互联网的快速发展,投资理财的手机端平台也应运而生并日新丰富。如支付宝、微信理财通、天天基金网、好买基金网等第三方基金销售平台不断做大做强。同样是代销基金,相比起银行和证券公司,第三方理

财平台购买基金的优势是产品丰富、费率相对较低,股票型、混合型、债券型、指数型等各类基金均有出售。不过这类平台往往营销广告较多,对投资者选基金有一定的干扰。

平安证券基金研究团队执行总经理贾志认为,商业银行和第三方代销机构在基金代销方面体现出明显不同的特点。银行客户数量少,但认购能力高,而第三方代销机构客户数量多,认购能力较低。这与银行以服务高净值客户为主,而第三方机构大多是普通客户有关,再考虑第三方机构难以在短时间内大幅增加客户数量或者提高客户认购能力的情况,银行渠道在基金代销体系中的主导地位短期内不会被颠覆。

官曼琳认为,目前公募基金公司直销(包括其官网、微信、APP)

在费率上有优势,不过目前第三方平台的费率也比较低,基本购买费率1折左右。从购买的便捷程度而言,选择代销平台相对便捷,代销平台中银行和券商的费率较高,第三方平台的费率较低。目前几类买卖基金的渠道可谓各有所长,投资者可深入了解,选择适合自己的基金交易渠道。

“商业银行和第三方基金代销机构的目标客户群体有所区分,当下的利益冲突尚未达到不可调和的状态。但随着年轻投资者成长为高净值客户,如果第三方代销机构能为高净值客户提供更专业的服务,满足其个性化需求,则第三方机构在未来有可能取代银行成为基金代销业务的主导者,形成以第三方机构为主、银行为辅,券商和基金直销作为补充的基金销售格局。”贾志说。



居民投资理财行为调研报告: 高学历投资者 存收益期望过高现象

■王安

上海交通大学上海高级金融学院(高金/SAIF)于近日发布《中国居民投资理财行为调研报告》。报告指出,中国居民对收益期望偏高,并且在高学历群体中尤为明显;但考虑到绝大部分受访者的资产配置以偏保守的银行理财为主,这说明约有五分之一的用户存在相对不切现实的高预期理财收益。

报告数据显示,37%的受访用户对于投资的年度收益期望在5%以内(包括“不亏就好”),23%用户的收益期望在5%~10%,而20%左右的用户收益期望在10%~20%。值得注意的是有超过10%的用户收益期望位于20%~30%之间,甚至10%用户期望收益高于30%。此外,收益期望和受教育程度呈

正相关。受访者的预期收益率似乎与其受教育程度相关:按照受教育程度进行分组,报告指出预期收益率随着教育程度呈上升趋势。其中,博士研究生学历组别的预期收益率最高,但是博士生组别的预期收益率的方差同时也是偏高,说明这个群体的内部差异化也很大。总体来说,高学历投资者存在收益期望过高的现象,而这或许与高学历受访者对于自己的投资理财能力更自信有关。

报告还显示,我国居民投机型投资风格比较明显,长期的价值投资习惯尚未养成;对自身投资能力自信或者高学历、高收入的人群更愿意长期持有基金;长期持有意愿取决于是否了解基金的挣钱逻辑或对基金经理充分信任;追涨杀跌现象在居民投资理财中普遍存在。

风投大举出手 万元健身镜是不是智商税?

■王紫薇

今年5月中旬,2021上海体博会期间,有着15年历史的跑步机生产商亿健发布了一款名为“亿健魔镜”的健身镜;同月27日,城市户外运动平台咕咚在北京发布“FIT+MORE”健身镜;仅隔两天,互联网健身平台乐刻运动也在杭州发布一款“LITTA MIRROR”健身镜。

10天内同时有3款健身镜问世,此时距离国内首家智能健身镜品牌FITURE(拟合未来)完成3亿美元B轮融资才过了一月有余。短短几个月,国内市场就相继涌现出了十余个健身镜品牌。尽管大多数普通人对这一新物种还知之甚少,但一场健身镜赛道的“百镜大战”早已打响。

为何中国会涌现出一大批健身镜?咕咚CEO申波认为,健身镜是承载家庭健身内容的重要载体,比起电视,健身镜易于移动、操作简便,同时还可以与其他产品联动,成为家庭健身的中心。

实际上,健身镜并非新鲜事物,只是在国内市场尚未被熟知,智能健身镜产品所属的家庭健身

市场也只是处于“培育期”阶段。此前,Mirror曾被美国《时代周刊》评为2018年年度最佳发明之一。在谷歌2019年发布的年度热搜榜中,与健身相关的信息搜索频率涨幅最高的一个产品就是健身镜。

不过,从严格意义上来说,只有Mirror才算得上是真正的“智能健身镜”。当用户训练时,课程中的教练会出现在它的“镜面”上。同时,Mirror会运用镜面成像让用户看见自己运动的场景,效果类似于健身房墙壁上的镜子,旁边还有老师在教你。Tonal和Tempo则更像是镜子样式的屏幕,它们并没有镜面成像的效果,用户就无法在运动过程中同时看见教练和自己。另外,Mirror只出售智能健身镜产品,不包括健身器材,但Tempo和Tonal都附带器械,甚至Tempo会依据器械的数量分成3种不同的套餐,让用户自主选择。

受疫情影响,当传统健身房因资金链断裂等问题,大规模关门、欠薪甚至跑路时,运动健身的独角兽们的热度骤增。据《2020中国健

身行业数据报告》统计,2020年中国商业健身房倒闭率14.61%,商家跑路频发,健身行业已成为预付费会员投诉“重灾区”。而麦肯锡在《中国消费者报告2021》中指出,疫情之后线上健身用户增长为23%,其中有6%的用户在疫情后更多使用线上健身,3%的用户刚刚开始使用,而有意继续线上健身的用户为60%。

这只是一个序幕。有业内人士曾公开表示,仅在深圳就已经涌现了数百家健身镜供应链企业,任何一家对这个市场存在想法和具备整合资源能力的厂商都可能来试水。FITURE未来或许会有几种打法,一是控制成本,进驻中高端价格带;二是对海外的Tonal,升级体验,该产品需要固定在承重墙上,也将更高。

“健身镜是不是智商税,要看它创造的用户价值有多高,如果高于用户付出的价值,它就不是智商税,反之那就是智商税。”乐刻运动创始人兼CEO韩伟认为,“健身镜大概率是个好产品,它在美国已经得到应用。美国的健身人口渗透

率更高,健身意识更高,健身镜更容易得到普适性的应用。中国的健身市场是明显的高增长市场,健身意识和习惯的形成其实是会非常快的,我们看好健身镜在中国市场的增长。”

不仅如此,健身镜赛道的先发优势明显。“任何一位消费者家里最多装一两面镜子,先占领这个空间以后,第二名是很难打进去的。”金沙江创投主管合伙人朱啸虎点出了各路资本纷纷入局的本质。

据PR Newswire数据预测,2020年全球智能健身市场规模会达到129亿美元,且到2027年将达到428亿美元,其间复合年均增长率为18.7%。同时,从巨头企业的动作也可看出市场对智能健身赛道的看好。苹果推出了智能健身服务Fitness+,将App与苹果硬件设备相结合,让用户在家中即可实现健身。不过,场内投资人热闹非凡,场外的消费者却意见不一。不得不承认,健身镜的高昂价格已经“劝退”了一大批健身用户。产品单价高、新技术AI运用成本高、内容运营难度高的三大特点全部集中在这条赛道。

“与其说是转换,不如说智能健身的兴起拓展了健身的服务场景,从狭义的健身房,拓展到居家、办公、酒店、零售。而在这个场景的拓展过程中,我们是更看好智能健身硬件的。”金沙江创投主管合伙人朱啸虎说,“单单依靠纯线上模式的‘轻服务’,用户体验其实是有缺位的,需要通过围绕智能文化,中高端是比较好的路径。待产品形成时尚潮流以后,品牌的认知度、美誉度都会比一般的品牌要好,用户的转化率、活跃度也会更高。所以,我们认为在健身场景将被空前拓展的趋势下,只有围绕智能硬件终端,并针对用户对于健身内容、交互的需求做出最好的产品体验,才能真正地抓住用户,成为这条赛道上的最终赢家。”

据《21世纪经济报道》



财友圈

疫情不确定性影响加剧 海外市场资金 重新流入避险资产

■汤翠玲

海外疫情反弹,投资者按下风险偏好暂停键,周一欧美股市遭遇恐慌性抛售,资金重新流入避险资产。与价格呈反向关系的10年期美债收益率跌破1.2%关口,美元指数则一度站上93关口。在疫情不确定性影响下,市场预期美债收益率可能走低至1%附近,美元可在中短期内维持反弹态势。

今年3月,10年期国债收益率一度涨至1.77%水平以上,分析师还曾预测该指标今年或涨至2%以上,一度引发市场恐慌。进入下半年,市场风格迅速切换,仅7月以来,美债收益率就相继跌破1.3%、1.2%关口。由于债券市场成交量高于正常水平,市场对美联储的加息时间预期进一步延后。部分交易员认为,10年期美债收益率可能会触及1%附近水平,这是今年1月底以来从未失守的关口。

中国外汇投资研究院副院长赵庆明表示,基于美国良好的经济复苏势头及美联储维持宽松货币政策的预期,美国股债价格上涨已持续数月,周一股市下跌是10年期美债

收益率跌破1.2%的次要原因。他预计,未来美债收益率将在1.0%至1.5%之间波动,但如果德尔塔病毒对美国经济没有超预期的影响,10年期美债收益率较难跌至1%以下。

欧洲市场投资者也争相买入国债,主要国家国债收益率周一下跌6.6个基点至0.56%,盘中一度跌至0.516%,创2月12日以来盘中新低。同期,德国国债收益率下降3.2个基点至-0.386%,盘中曾触及-0.402%,也创下2月12日以来盘中新低。6月发行的欧盟公债收益率跌1.5个基点,创下-0.119%的纪录低位。全球其他市场中,日本10年期国债收益率周一持平。

“考虑到欧洲国家采取零利率甚至负利率政策,投资者只能依靠债券价格变动来获取收益,投资价值不大。虽然日本维持宽松政策,但外资持有日本债券更多是出于资产配置需求。相对而言,中国债券市场仍是最好的投资市场,从资金流入数据可以看出这一点,未来资金流入中国债券市场仍有空间。”赵庆明说。



理财陷阱

赚了1035元,却赔进去8万元

网络刷单不可信

■何文斌 张凌怡

日前,台州市椒江区的蒋女士在抖音刷到一则找兼职的广告,添加对方微信后,对方要求蒋女士先下载“众评APP”,对方称兼职就是在“众评APP”的“大众点评线路”小程序上以“押大小、押单双、猜点数”等形式给该平台充值刷流水。

蒋女士抱着试一试的心态,下载了5050元后,顺利提取了6085元,就相信了这个平台能赚钱。

于是,蒋女士继续做了一个3万元的单子。看着账户里的数字越来越大,蒋女士想要提取盈利时,对方要求再完成一笔5万元的单子才可以提现,蒋女士只好继续转账充值下注。

当蒋女士再次提出提现时,对方却说蒋女士操作错误,不给退还之前的8万元,还需要赔付给对方15万元。

这时,蒋女士懵了,赶紧向台州市公安局椒江分局报案。

据民警介绍,此案件不法分子专门从网上制作虚假平台伪装成刷单网站用于博彩诈骗,这种诈骗手法结合了兼职刷单和网络赌博,但是万变不离其宗,都是先以小利诱惑大额追加投资进行诈骗。

警方提醒,切勿相信网上的刷单兼职广告,更不要点击陌生链接下载非法APP。网络赌博本身就是违法行为,参与网络赌博的人在违法的同时也极易落入不法分子的诈骗陷阱,切勿因贪图蝇头小利而遭受财产损失。



财知道

1.27亿 退休人员受益!

2021年增发养老金已全部到账

■朱华军

7月22日,人社部举行2021年第二季度新闻发布会。会上介绍,截至6月底,2021年调整增加的养老金已全部发放到位,涉及1.27亿退休人员。12个省份提高城乡居民养老保险省级基础养老金。发放失业保险待遇346亿元,发放价格临时补贴5.2亿元。

人社部介绍,下一步,加快推进企业职工基本养老保险全国统筹,做好政策、经办、监管、信息系统等工作。研究推进平台灵活就业人员职业伤害保障试点,积极发展多层次多支柱养老保险体系。扎实做好社保基金投资和风险控制工作,继续推动扩大养老保险基金投资运营规模。深入推进社保经办数字化转型,提升社保治理效能。

全国社保卡持卡人数达到13.43亿人,电子社保卡覆盖3.5亿持卡人。继续加大养老保险基金中央调剂力度,调剂比例提高到4.5%,调剂总