

聚焦金博会

第八届北京国际金融博览会于11月30日-12月3日在北京展览馆举行,作为一年一度的中国金融业的盛会,金博会已历时七届,目前已经发展成为国内外最具影响力和权威性的金融专业展会,被誉为“中国金融第一展”。

但是随着经济形势的变化,历届金博会各参展机构的热情、百姓关注的热点也会随之变化,金融各行业的投资冷热度从中也可略窥一斑。今年金博会哪些行业又将成热点?参展机构侧重于哪些方面的宣传?本报记者通过现场采访,为您做一个全面的综合报道。

金博会映射2012金融业冷暖



证券公司还是以赠送材料和推荐软件来吸引客户。



信托公司比较低调,主要是让市民了解这项业务。



银行参展规模最大、位置最有利,重在品牌宣传。



黄金公司“请”来财神现场抽奖招揽客户。



典当行的金饰品还是吸引了不少人驻足。

银行： 主推创新产品创新服务

最好的位置、最为排场、最全面的产品介绍……银行业出手阔绰,在金博会上依然显现出霸气。纵观金博会,最显眼、最热闹的地方非银行莫属。

排队查询新版信用报告、参与银行知识有奖竞猜、了解柜台中摆放的贵金属产品、亲身体验银行的高科技产品……记者从金博会现场看到,在银行展区,共有二十余家商业银行参展,多数商业银行都把最新的高科技产品“搬”到了现场,如农业银行在展会上推出了全国首张网络类芯片卡;广发银行将在年底推出“地铁银行”;邮储银行也在积极介绍“电视银行”的开通方式、使用方法。

如果说科技创新产品是银行的“左膀”,中小企业融资产品一定是其“右臂”。如浦发银行现场的工作人员介绍,此次金博会主推的“吉祥三宝”,是面向中小企业推出的一项创新服务模式,包括“银元宝”、“银通宝”和“银链宝”,为中小企业主提供个性化、差异化的金融服务。

此外,外地、区域性商业银行也成为银行展区一道亮丽的风景线,有天津银行、渤海银行、江苏银行等驻京城商行参展,另华融湘江银行、哈尔滨银行也随集团总部组团参展。

冷热指数:★★★★

黄金： 永远具有吸引力

黄金是家庭资产配置中不可或缺的,尤其在经济形势不好的状况下,黄金投资备受投资者关注。此次金博会黄金参展企业虽然只有四五家,但依旧是最热闹的地方。

去年金博会,在天一金行的展台上有一重25公斤的大金块,主办方表示,谁能单手抓起这个金块就免费送谁,无疑被看成是一大噱头。今年黄金公司又有了新花样,天津金顶盛世贵金属经营有限公司推出抽大奖活动,只要留下手机号及姓名都可参加。奖品有镀金摆件、镀金打火机。该公司有实物黄金和天通银电子盘投资业务。为吸引客户,凡在该公司炒白银的客户免开户费,资金不足公司还可以先垫付一部分。展会期间开户,公司还在佣金8%的基础上给予8.8折的优惠。同时,每炒一手白银送10个积分,攒够积分可置换汽车、相机、苹果手机等。近期国际金价大幅震荡,但由于炒金炒银具有做空机制,上涨下跌都可赚钱。因此,据记者了解,当天仍有几十名客户开通了天通银账户。

在国金黄金集团的展台前,人们被那些美妙的金饰品所吸引。展柜里陈列着平安护身符“观音金卡”、故宫十二生肖金条以及各种金饰器皿。据公司服务人员介绍,该公司主要经营黄金饰品,可作为馈赠礼品,极具收藏价值。

冷热指数:★★★★

中小资产管理公司： 最活跃的族群风险最大

在金博会会场内,他们不是展台最大的,不是名气最高的,但绝对是最活跃的一个参展机构,这就是中小资产管理公司,而这些公司的经营模式几乎都是P2P贷款业务,他们低起点、高收益的宣传吸引了不少投资者。

“只要留下您的姓名和联系方式,就可以得到赠票。”记者还未进入展馆,就被某赢理财销售人员拦截,并开始向记者推销一款固定收益的借贷产品,起点仅100元,年化收益率高达18%。

在会场内,有较大展位的类似中小资产管理公司并不多,只有宜信和富赛理财两家较为知名的理财管理公司,而两家在会展上所介绍的产品也都与上述某赢理财模式类似。一位富赛理财的销售人员表示,目前富赛产品的投资期限从1天到1年不等,起点仅为100元,年化收益率8%-15%。资金用途则是中小企业借贷。“我们是客户给我们的钱再借给企业,企业都会将房产用于抵押,也就是说客户投给我们的钱都有房产抵押在你的名下,所以风险是可控的。”上述富赛理财客户经理如是说。

但有关专家表示,此类中小资产管理公司实质业务还是一个影子银行,其风险控制能力和风险抵抗能力远不如银行以及正规信托公司,一旦出现风险事故可能使客户资产遭受损失。

冷热指数:★★★★

券商： 主要目标仍是揽客

与银行火热的场面相比,参展券商的家数可谓屈指可数,延续了去年的冷淡。

展厅入口处的东方证券和海通国际继续沿用了去年的展位,跟随集团化展示的只有首创证券和东兴证券两家。此外,方正证券跟随湖南展区参展,华泰证券则跟随江苏展区参展。

“去年的券商整体亏损严重,今年情况就更为严峻了,基本上半数以上的营业部是亏损的。”东方证券一位员工认为,正是行情的低迷使券商参展热情不高,考虑到效果和成本,所以多数券商都没有来参展。

与其他券商不同,海通国际因为招揽客户参与港股和外盘的操作,则对展会的效果较为肯定,“虽然A股在跌,但港股在涨,这对客户有很大的吸引力”。海通国际的李先生介绍。

为了招揽客户,参展券商使出的招数基本上还是推介分析师讲课,以及推介新产品和新软件的方式。值得注意的是,本届金博会现场开设的金融理财课堂有不少是券商分析师现场授课,这对投资者还有一些吸引力。

此外,参展的券商都在推介各自的保证金现金管理业务,这项创新型业务显然已在各大券商中铺开。

冷热指数:★★★

(下转B2版)