

新股上市首日“高烧”难退

本报记者 郭文鹏

今日关注

今年新股发行重启后,新股上市首日,秒停、上涨到最大幅度、极低成交量以及超低的换手率成为共同的特征。以7月3日上市的新股今世缘为例,在上市首日集合竞价阶段,触及20%的涨幅上限,开盘后急速拉升,触发“秒停”,全天的换手率为0.76%。

西南证券首席分析师张刚表示,“打新热情过高或许会助涨新股上市后的爆炒之风。”截至7月3日收盘,今年IPO重启首批上市的龙大肉食、雪浪环境和飞天诚信等3只股票已连续6个交易日涨停,累计涨幅超过130%。

“目前新股筹码的集中度很低,尤其是散户的惜售心理可能导致新股价格超涨。”上海朴石投资的俞辉提醒,散户的从众心理比较突出,涨停一旦打开,股票价格可能出现大幅波动。

那么,如何判断风险的到来?行业

市盈率和公司基本面是用来衡量公司合理价格区间的重要指标。目前,龙大肉食、雪浪环境和飞天诚信的动态市盈率已经达到31.57倍、82.37倍和52.15倍。俞辉表示,中小投资者一定要理性把握获利时机,不要盲目跟风。

同时,记者注意到新股红利正在吸引更多市场参与者。中国证券登记结算有限公司7月1日发布最新数据,6月最后一周,新增A股开户数为138760户,较前一周上涨15.09%,创今年以来单周开户数最高纪录。市场人士认为,应该有不少新开账户希望参与新股申购。

按照申购新规,对参与者资金量提出更高要求,不少中小投资者会选择融资融券方式借钱,而机构则通过国债逆回购拆借资金打新。6月18日,今年IPO重启的首批4只新股申购时,国债逆回购利率当日就曾出现过巨幅飙升。机构自己做过测算,参与雪浪环境打新后,股价要上涨80%才能实现盈利。“因此,中小投资者应该特别警惕新股上市后的有意拉升行为。”张刚说。



何必争过“打新”独木桥

江帆

资本论谈

近两日,大资金追捧上市新股连续秀出“一”字涨停大戏,惹来无数小散艳羡的目光。

“打新”、“炒新”一直是A股的传统保留节目,这次更是如此,此前被人们诟病的A股发行“三高”,即“高发行价”、“高发行市盈率”、“超高的募集资金”,此次都不见了踪影。说申购新股是千军万马争过“独木桥”并不为过,除了机构,就连沉寂多年的大量“僵尸”账户这次都加

入“打新”行列,也难怪大资金会少了更多发挥的机会。

不过笔者以为,不论是从长远投资布局来看,还是从近期利益获取角度考虑,机构也罢,个人也好,都没有必要去争过“打新”独木桥,风物长宜放眼量,“打新”也应该理性为之。

对于机构来说,在一级市场中申购新股,获取更好的利润空间,无可厚非,而且新股发行也需要机构资金的配合和支持才能完成。但值得注意的是,此次新股发行的环境有了不少变化,对资金的吸引力成倍增长,中签率大幅走低。

事实也正是如此,以首批发行联明股份、雪浪环境、飞天诚信、龙大肉食4只新

股为例,网上中签率分别仅为0.436%、0.458%、0.544%、0.833%。“僧多粥少”的格局意味着机构“打新”将陷入动用资金量大但实际获益降低的局面,甚至可能出现“打新”收益无法覆盖融资成本的风险。

对个人来说,申购新股中了自然包赚不赔,但成功的几率太小,大资金都使不上劲,何况小资金。而同一时刻,由于新股申购,加上银行半年清算,市场利率走高,出现了不少可选择的投资产品,诸如质押式国债回购、银行理财产品等,收益都不错,又何必死盯新股申购一条道,甚至斩杀手中尚未收益的股票,结果却是得不偿失。

应该认识到,无论大机构、小散户,

还是上市公司,都与市场的发展息息相关,这也就是说市场各方都有责任维护投资环境的稳定和健康。但在本轮新股申购中,各方资金表现出的是一种不顾一切的获利冲动,比如有大型公募基金在短短一周内就集结了70亿元的巨额资金申购新股。而新股申购资金解冻为T+3日,为缓解短期现金流紧张,大多机构往往会向交易所、银行间市场抵押持仓债券或减仓手中股票等,而这种动作在巨量压顶之下,必然会引起市场大幅波动。

申购新股只是一次投资行为,而市场稳定与否,是否有持续的“赚钱效应”,则是影响到各方主体今后切身利益的关键因素。如此看来,杀鸡取卵式的大量囤积资金“打新”的短视行为,可以休矣。

本轮“打新”、“炒新”的热潮与IPO暂停时间较长、资金准备充分有关,与市场缺乏赚钱机会也有很大关系。由此看来,新股发行的改革还远未完成。

金价下行压力减弱

本报记者 温济聪

近期国际现货黄金价格整体处于上涨态势,并保持在1300美元/盎司上方长达近半个月时间,金价处于高位盘整阶段。

截至7月3日16时49分,国际现货黄金价格交投于1322.42美元/盎司左右,微跌0.46%;上海黄金交易所数据显示,AU(T+D)报收于264.40元/克,比上一交易日微涨0.14%。

莱百公司高级黄金投资分析师宁才刚认为,地缘政治是近期黄金价格上涨的主导因素。俄乌紧张局势和伊拉克内战为黄金价格提供了有力的支撑。

对于日后走势,金顶集团金融分析师张强认为,通过最新的黄金ETF持仓数据来看,进入7月以来,国际投行连续两次加仓动作,进一步缓解了资金外流所带来的压力。通过前期的下跌趋势,黄金价格已经处于合理投资区,对于长线投资者来讲,继续做空黄金的筹码越来越小。“黄金价格下行的压力将大大减弱,同时为后市的走强奠定了基础。”张强说。

不过,证金贵金属首席研究员李世兴表示,未来金价走势如何将主要取决于美国经济数据和地缘政治局局的博弈结果。“美国非农数据于周四晚公布,将对市场产生较大的影响。”李世兴补充说。

从技术面来看,黄金价格短时间内创出近期新高,进一步加大了金价上涨的概率。

“短期市场重要点位在1300美元/盎司处,此位置多空双方将展开激烈争夺,若能有效站稳,未来则看高一线至1360美元/盎司左右。”李世兴表示。

6月期货成交同比增14.88%

本报讯 记者温济聪报道:中国证监会日前发布2014年6月份全国期货市场交易情况统计。数据显示,今年6月成交量约为1.95亿手,与去年同期相比增幅达14.88%;今年6月成交金额共约为18.72万亿元,同比下降5.36%。

具体而言,在成交量方面,上期所、郑商所、大商所和中金所分别约为4951.14万、6597.85万、6648.66万和1321.43万手;而在成交金额方面,以上各单位的金额约为4.21万亿、2.26万亿、3.72万亿和8.52万亿元。

提示:本版投资建议仅供参考

本版编辑 孙华陶 琦
电子邮箱 jrbzbsc@126.com

专注做好客户经营， 太平人寿用心打造“卓越客户体验”

在保险市场逐渐进入买方市场的大趋势下,以客户需求为中心,提升“客户体验”已经是各保险企业力求发展的必然选择。什么样的服务体验是客户需要的?怎样的体验才算得上“卓越”?这些以“体验”为核心的问题,也成为行业发展亟待解决的课题。太平人寿,结合多年来在基础运营管理及增值客户服务方面的实践经验,通过满足客户专业性、差异性和个性化的服务需求,用心打造“卓越客户体验”。

专业化服务提升客户忠诚度

2012年,中国太平保险集团确立了“三年再造一个新太平”的战略目标,在这一发展战略下,太平人寿的加速发展有目共睹。两年来,在整个寿险行业缓慢复苏的大背景下,公司紧紧围绕客户需求,加速发展,增长速度远超行业平均水平,引起业内外广泛关注。

太平人寿的高速发展与公司不断夯实专业化经营、优化客户服务等举措密不可分。2012年,中国太平保险集团王滨董事长在太平人寿调研时明确提出,要把“抓创新、抓客户、抓服务”作为中心工作,全面提升公司专业化服务水平。为此,太平人寿提出了“创建卓越客户体验”的工作目标,参照日本行为学家狩野纪昭的卡诺模型(Kano Model),把人的需求分为基本型、期望型和兴奋型三个层次,从满足客户的这三个层次需求入手,即在各项基础运营服务及增值客户服务方面进一步强化专业化经营,开展以客户为中心的经营管理体系建设工作,推动公司的业务快速发展。

基本型即为常规的产品配备和保全、理赔服务。在常规服务项目中做出特色,关键在于在第一时间以最便捷的方式满足客户要求,给予客户超出预期的“卓越”体验。这一诉求也是催生太平人寿“全国通”、“立保通”、“保贷通”、理赔“先赔后核”、网上营业厅等服务项目产生的基础。

期望型是需要公司主动挖掘的客户潜在的需求,并通过产品内嵌入附加属性或增值服务等手段满足客户的需求。太平人寿所推出的以复合型产品跨界组合为核心的“太平颐养生活”,以及VIP健康管理服务,都是这方面的直接体现。

兴奋型则更注重在精神层面实现与客户的互动和响应,带给客户情感上的惊喜和感动,让客户发自内心感受到公司服务带来的愉悦。太平人寿在高端客户经营方面,正是从客户的精神需求入手,通过差异化、个性化的服务,实现与客户深层次的互动。

从行业发展趋势来看,以客户需求为中心并优化“客户体验”,将

成为保险企业力求发展的必然选择。太平人寿在创建“卓越客户体验”过程中所作出的积极尝试,相信不仅能使客户获得更优质的保险服务,也能够为行业整体提升服务水平提供借鉴。

准确、快速、创新,提升客户基本体验

太平人寿认为,客户获得“卓越”体验的前提是公司必须提供准确的“基础服务”,比如太平人寿运营及客户服务的“全国通”,集跨地域业务受理、“一站式”柜面服务、“无站式”自助服务和标准化品质为一体,使保险客户可以在全国享受“通保通赔”服务,并确保时效、流程与品质的高度一致。除“全国通”外,太平人寿的自动核保、自动理赔服务改变了传统的人工作业模式,通过国际先进规则引擎的运用,大大缩短作业时效,新契约自动核保通过率突破85%,常规理赔案件平均结案时效缩短75%。

一直以来,保险业的理赔难、流程繁复,备受消费者诟病,很大程度上降低了客户服务体验。作为一家专注客户服务的公司,太平人寿对理赔时效的追求,却几乎“进无止境”:公司不仅大幅简化理赔审批手续,提供自助理赔服务,而且还颠覆性地改变了理赔审批的流程,创新性地推出“先赔后核”服务,客户从登录系统录入信息到客户收到理赔款,通过“先赔后核”系统完成理赔最快用时不到3分钟。

与此同时,太平人寿凭借创新性的服务手段,在各种“非传统”和“跨领域”的服务方式上“狠”下功夫,将保险服务场所从传统的公司柜面,延伸至客户触手可及的生活半径,使客户可以随时随地享受便捷的保险服务。“非传统”方面,公司推出10分钟内即可完成投保、支付、承保全过程的“立保通”电子化投保系统,并通过电话、网上营业厅、移动端APP等多个平台实现的自助语音查询服务和网络自助服务等,优化着客户的消费体验。太平人寿与工行、招行合作推出的联名芯片卡,则是“跨领域”的典型代表,持有中国太平保险集团旗下人寿保险或财产保险保单的客户,凭借联名卡,可以通过银行网点柜台、自助终端机以及官方网站,轻松便捷地享受保单信息查询、保单续期缴费、客户信息修改、保险服务预约、自助办理保单贷款等多项服务。

深入挖掘 满足客户增值体验

服务增值相比基本型需求,需要企业来挖掘和触动,因为有些

期望型需求连客户本人也不是很清楚。以健康管理为例,较其他保险公司只提供各类健康保险产品而言,太平人寿提供的健康管理服务则是“从预防保健,到就医、救援一揽子健康服务解决方案”,通过整合海内外优质医疗服务资源,帮助客户搭建健康管理生态链。

同样在备受公众关注的“养老”话题方面,太平人寿并不仅仅着眼于为客户提供适宜的养老保险产品,而是全方位地为客户进行养老规划,包括提供前备式、一站式、健康型、体验型的系统化养老服务,“太平颐养生活”应运而生。

“太平颐养生活”是以复合型产品跨界组合为中心,通过丰富强大的养老保险产品和资源、高效周全的服务体系、完整持续的健康管理和细致入微的服务,围绕养老金管理、国际健康颐养社区、健康管理和颐养生活服务四大模块,从现在开始,帮助客户获得未来的财务安全和可靠的养老收入来源,为客户实现高品质养老生活提供有效的解决方案。比如,客户通过购买“太平悦享金生终身年金保险(分红型)”,在通过保单实现财富保值增值的同时,可以享受到公司提供的健康管理服务,还可以获取入住中国太平国际健康颐养社区的资格,这种一体化的服务模式,已经远远超出了传统的通过保单实现的单一保险服务。

精神互动 契合客户情感体验

太平人寿始终相信,一旦企业能够在精神层面给予客户一定的响应和互动,客户对企业产生的就是价值观和情感上的认同,这种由思想意识层面的契合所带来的连结,其牢固程度大大超出了任何物质性服务建立的联系。正因如此,太平人寿在客户的经营上采取的是有层次、有差异的精细化管理,根据不同客户群体的生活方式、服务需求及文化特点所给予的特定服务,将给客户带来具有个性化和专属性的体验,更能提升客户在精神上的愉悦感。

以太平人寿正在推出的“太平与您同行”高端客户系列服务活动为例,该项目正是契合了高端客户格外注重权威交流、开放共享、知识学习等方面的精神需求,通过“高端客户论坛”、“‘关爱一生’健康服务”、“太平开放日”、“太平公开课”等一系列服务活动的举办,搭建起资源共享及高端社交的平台,从而满足高端客户群体更高层次的需求,实现与客户在精神层面的互动,从而与客户建立起更为牢固的情感连结。