财富 周刊 WEEKLY

理性投资，财智生活

财眼看市

猴票热的冷思考

陆 敏

猴年未到，猴票先火了。

据报道，由中国集邮总公司发行的丙申年猴票1月5日上市后，短短十多天价格已经上涨了约30倍。笔者在多家互联网销售平台上搜索“2016猴票”发现，票价38.4元的32枚大版张，目前价格最高已涨到1358元，是票面价格的35倍；1套2枚的票面价格为2.4元，售价也已经超过20元。

猴票价格迅速上涨，引发各方瞩目，有人评价其收藏价格好比踏上了“筋斗云”。今年的猴票价格为何在短时间内出现如此大的涨幅？

猴票是我国生肖邮票的发端之作，故每轮猴票发行时，社会关注度都较高。今年的猴票由首轮猴票设计者黄永玉先生时隔36年再执笔。而由他设计的1980年发行的首轮庚申年猴票，票面8分钱，目前收藏价格已达到1.4万元一枚，大版80枚的市价已经高达约150万元。

名师36年后再度设计、第4轮生肖邮票的首张以及社会关注度高等诸多原因导致了丙申猴邮票开卖后的价格飙涨。

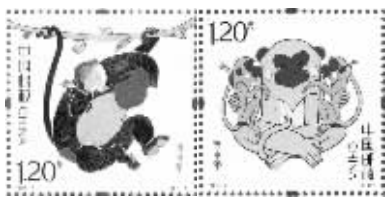
在笔者看来，虽然丙申年猴票的确是一款不错的收藏品，但在目前的价位上跟风追涨存在一定的风险。

从收藏品的价格来决定机制说，在拍卖市场上决定最终价格的除了藏品的品相，还有稀缺性和流动性。也就是说，猴票的品相固然重要，更重要的在于它的稀缺性。庚申年猴票之所以能卖到1.4万元一枚的价格，跟它的稀缺性有很大关系。而丙申年猴票的发行量尚未正式公布，还存在许多不确定因素。

从邮票收藏市场的整体情况来看，经历了几轮涨跌的邮票市场寒意尚存，近两年来虽然有一些复苏迹象，但涨幅较大的主要还是少数几款强势藏品，市场全面复苏还有待时日。

另外，从此前几轮猴票发行的情况来看，第二轮猴票由于发行量较大，目前的市场价格较为平淡，仅约为票面价格的10倍左右。而丙申年猴票的价格已经超过票面价格的30多倍，价格泡沫已经出现。

值得注意的是，有调查显示，目前邮票收藏市场以中老年人居多，年轻人收藏邮票的并不多，90后喜欢邮票的也不多见，长此以往，邮票市场整体价格或许将呈现下降趋势，这也值得邮票收藏人士警醒。



丙申年猴票规格为1套2枚，图案内容分别为“灵猴献瑞”和“福寿双至”，面值2.4元。 （资料图片）

责任编辑 陆 敏
美 编 高 妍
联系邮箱 jjrbcfzk@163.com

在“晒跑”热的背后，相关体育APP客户端推陈出新，上下游产业链不断延伸，其背后的各类投资机会凸显——

“跑”出来的投资风口

本报记者 温济聪

晒美食、晒自拍、晒旅行、晒娃……这些都OUT了，眼下微信朋友圈最时髦的是“晒跑”。不管是公园环湖跑、城市夜跑，还是各类马拉松赛事，似乎就在不经意间，跑步成了风靡全国的运动项目

家住北京市海淀区苏州街附近的何勇德，每天回家做的第一件事就是掏出手机看当天自己走路里程的排名。“8.73公里、耗时2小时06分，怎么才第27名……”这已经是他本周走路里程最多的一天了，而当天他的朋友圈里，有一位好友的记录是16.33公里。他的微信朋友圈有1576个好友，其中超过三分之一的人在用咕咚、悦跑圈等计步APP。

全民跑步热

与以往宅在家里不同，如今许多年轻人把“刷步数”当成新风尚。在何勇德看来，跑步不仅可以强身健体，跑步的里程和时间、速配、大卡等战绩，常常被许多好友点“赞”，也成为了一种在朋友间相互比较的 “资本”和谈论的话题。

一双运动鞋，一身运动装，跑起来并不需要太多的运动装备，这也是跑步这项运动受到男女老少、各个年龄阶段、不同收入人群喜爱的原因。曾获得北京田径世锦赛男子4×100米亚军、仁川亚运会4×100米冠军的专业运动员谢震业在接受《经济日报》记者采访时表示，目前跑步热风靡全国，还离不开全民健身浪潮的带动。

早在2014年10月，国务院印发的《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》就提出，营造重视体育、支持体育、参与体育的社会氛围，将全民健身上升为国家战略。

“全民健身上升为国家战略后，大家跑步热情更高了。另外，随着人们生活水平的提高，对体育健身也有了更多的需求。”谢震业表示。

浙江大学教育学院体育系教授郑芳认为，跑步热的兴起还有一个重要原因，那就是不少城市希望通过组织马拉松赛事来提升城市形象。“以城市命名的跑步赛事，自北京、上海、广州等大城市开始出现，目前已逐渐蔓延到二线省会城市，正在向三线甚至四线城市发展。此外，我国交通基础设施建设的快速发展，以及移动互联技术的普及，也成为了跑步赛事在全国各地热潮涌动的重要推动力量。”

流量变现

近两年无疑是运动社交的爆发年，相关产品和APP备受资金的青睐和追捧，APP获得融资的消息更是屡见报端。如：成都乐动信息技术有限公司旗下的咕咚APP，目前已经发展成为国内最大的运动社交平台，在2014年3月份获得深创投、中信资本的1000万美元融资后，当年11月份又获得SIG海纳亚洲创投基金、软银中国的3000万美元B轮融资；广州悦跑信息科技有限公司推出的悦跑圈APP自2014年2月份发布上线，至今已先后完成了两轮融资，A轮融资由创新工场投资，在2015年12月份，又成功完成了1800万美元的B轮融资，由专注于体育产业投资基金的动域资本进行投资，等等。

在SIG海纳亚洲创投基金的投资人高亚宁看来，尽管前期投入巨大，但是跑步APP应用是一门好生意。“因为跑步是足球、篮球、羽毛球等各项体育运动以及各类健身运动的基础运动，很多体育健身运动都要从跑步做起，它是锻炼者最高频和最刚性的需求，通过跑步APP这一刚性入口可以为进军其他体育APP应用领域带来流量。”有统计显示，仅咕咚APP一家平台上就聚集了5000万的跑步爱好者。

“目前，大多跑步APP应用提供的服务都很实际和有效，投资这一领域有较高的支持率和可靠性。”高亚宁认为，目前跑步APP可提供跑者社交朋友圈分享、约跑、线上线下赛事组织、赛事技术指引、GPS定位技术、计步和减肥行程记录、领红包等多项服务，并具有很大的业务开发和开拓前景，这也是很多资本热衷于投资跑步类APP的主要原因之一。

线上马拉松的未来空间

大量跑步APP应用层出不穷的同时，也出现了功能同质化严重等问题。“跑步的魅力有3个——参与感、成就感和胜负。跑步APP唯有从三者魅力中挖掘出核心竞争力，才能让用户真正跑起来。”悦跑圈CEO梁峰认为，跑步APP在线上应该增加多元化功能，做好增值性服务。举例来说，既要将游戏娱乐元素加入程序当中，延长用户使用时间；又要开发出如“线上马拉松”等互动性和参与性强的产品。

近年来，马拉松热潮席卷全国，刚刚结束的中国马拉松年会公布的数据显示，2015年全年，中国参与马拉松赛事的人口达到150万，可以说是中国马拉松“井喷”的一年。预计到2016年，参赛人数将达到300万，全国已有84%的省区市拥有1场或多场马拉松赛事。

然而，传统线下马拉松，需要将参与者集中到固定的地方，这就导致了比赛场地有限、参与人数有限、外地人员参与不便等问题。而线上马拉松则有效地解决了这些问题，在马拉松比赛当日，使用相关运动记录软件，跑步完成全程马拉松或半程马拉松，即可获得线上马拉松完赛认证及实体奖牌。凭借诸多优点，线上马拉松在2014年应运而生并迅速发展。

据介绍，目前线上马拉松还分为两类：一类是官方授权的线上赛事，通过相关运动软件入口报名，跑完可获经组委会授权的奖牌；另外一类是未获官方授权的线上赛事。获得授权的线上马拉松奖牌上，还会印有官方赛事LOGO。目前，各家跑步APP都争取国内主流官方授权的线上马拉松赛事，

据咕咚统计数据显示，目前，咕咚已获得20场官方授权线上马拉松主办权，2015年全年，咕咚累计发放线上马拉松实体奖牌近百万枚、超过300万的跑友报名参赛，这一数字远远超过同期线下马拉松参赛人数。咕咚创始人、CEO申波日前公开表示：“2015年咕咚线上马拉松平均每场赛事报名人数达8万多人，最高可达16万多人。线上马拉松弥补了跑友们无法参与线下的遗憾，能够无限扩大线下马拉松赛事的参与度、影响力和想象空间”。

梁峰这样看待跑步APP的“钱”景：“体育产业已成为投资的风口，任何一个互联网产品都没有体育产品更能够吸引市场的资金。不论你是小白用户，还是资深用户，从带着跑步APP运动的第一天起，就不只会在意奔跑的公里数、时间、配速、大卡等，还会关注APP上的宣传和推广，只要有一定比例的用户购买装备、请教练、报名‘团跑’，消费就随之而来。”据介绍，目前，办一场线上马拉松的成本几乎为零，而一场比赛就可以为公司带来6万元至20万元左右的利润。

线上线下马拉松热还带动了上下游产品销售的火爆。“从跑步消费产业链的设置来看，最主要的支出部分是跑步装备，包括遮阳帽、智能手环、速干衣、心率计、运动耳机、眼镜、压缩袜、腰包、水壶、背包、运动鞋等。”据郑芳介绍，对商家而言，高技术附加值的产品，诸如跑鞋厂家不断用气垫技术、油包液体传动架构技术、黏弹性高分子聚合物技术、硅胶填充技术、特殊鞋楦技术、抗水布鞋面技术等让人眼花缭乱的技术名词，也吸引着消费者们一次又一次地打开钱包。

此外，有体育经济专业人士认为，参加各类跑步赛事的费用也是重要支出，其中包括旅行、住宿、饮食等方面。而其他方面的消费也同样存在，例如，购买跑步类书籍、杂志，聘请专业教练，运动恢复、理疗市场、健康医疗救护，以及康复配套课程、购买运动饮料、保健品等。这些环节也是与跑步行为本身直接相关的。

“从变现和盈利的角度来看，除了前面提到的跑步产业链各个环节之外，一些新的产业概念也会带来一些新盈利模式。例如，智能概念与跑步产业的结合，会在多个方面带来盈利点，而大健康概念也是能够与跑步较好结合的一个理念，针对不同人群的跑步赛事与产品开发，无疑也会成为未来我国跑步产业中的重要部分。”郑芳说。

会计师谈理财

年终奖的玄机

彭 江

岁末年初，又到发放年终奖的时候了。其实公司给员工发多少年终奖是有学问的，会计师如果筹划得好，可以为员工节税；筹划不好，有可能会因为多发了一块钱年终奖，反而多交了一千多元的税。这是怎么回事呢？

先来看看年终奖计税的具体案例。某员工的年终奖是1.8万元。先用1.8万除以12，结果是1500元，适用的税率是3%，应交个税18000元乘以3%得出540元。而多发一元钱后，适用的税率是10%，用18001元乘以10%减去105速算扣除数后，应交个税是1695.1元。可见，因为多发一元钱年终奖，个人所得税需要多交1155.1元。

这是怎么回事呢？为什么我们的工资薪金计算个税的时候没有这种现象呢？要解决这个问题，我们必须了解两个税收专有名词，一个是全额累进税率，一个是超额累进征税。

全额累进税率是指，征税对象的全部收入都按其相应等级的累进税率计算征税率。在全额累进税率下，在低税率向高税率等级迈进时，临界部位会出现多发一元钱而导致税负增加的不合理情况。为了解决这个不合理现象，于是出现了超额累进税率。超额累进税率是把征税对象的应税收入划分为若干等级；对每个等级部分的数额分别规定相应税率，分别计算税额。

现行的工薪薪金所得就是按照超额累进税率计算个税的。我国个人所得税法规定，应税收入在1500元以内的部分，按照3%的收入计算个税；应税收入在1500元至4500元的部分按照10%计算收入，应税收入在4500元至9000元的部分按照20%计算个税等等。为了计算方便，于是出现了速算扣除数，比如说某人工资收入是2000元，这个时候，可以用2000元直接乘以对应的最高税率10%，然后减去速算扣除数105元，直接算出个税，不用再分段计算个税了。这个速算扣除数105元就是1500元多算的税，1500元乘以(10%减3%)就是105元。

那为什么年终奖发放的时候也扣除了速算扣除数，还会出现全额累进税率下税负不合理的情况呢？因为年终奖的速算扣除数是按照18000元除以12(月)的结果即1500元的金额计算的。在上例中，单位实际发放的总金额是18000元，它的速算扣除数不是按照18000元来计算的，所以导致了上述现象。

不过虽然多发了一元钱会有这么税负的不合理增加，但是，年终奖的计税方式是对个人而言是非常优惠的。因为，如果按照工薪所得纳税的话，以18001元为例，对应的税率是25%，如果年终奖和当月工资合并后，税率有可能更高。为了防止滥用年终奖计税，税务机关规定一年只能使用一次年终奖计税方式。所以，在单位发放年终奖的时候，一定要做好税收筹划，既要利用好年终奖的政策优惠，又要注意年终奖的几个临界点，避免多发1元多交千元税。