

# 投连险宜长期投资 分红险收益有望走高

每年1月都是商业保险的销售旺季,各保险公司也会在此期间推出各种保险产品,面对眼花缭乱的商业保险产品,投资者该如何选择呢?专业人士针对当前投连险、分红险、万能险的收益现状、投资前景等进行了剖析,并为投资者提供了可供参考的建议。

本刊 综合

## 投连险

### 风险大适合长期投资

回顾:投连险在2012年的遭遇与偏股型基金极为相似,受A股市场长时间低迷的拖累,去年前11个月,在266个投连险账户中,有229个遭遇收益负增长,其中与股市关联度最高的激进型投连险账户,在此期间的平均收益率甚至达到-9.97%。不过随着沪深两市在2012年12月大涨,266只投连险账户实现了2.67%的整体收益,其中217只产品取得了正收益,占比约81.58%。

适宜群体:投连险是一种以投资功能为主,兼有保障功能的

理财型保险产品,投连险一般只有投资账户的资金才产生收益,而投资账户会有一定比例资金投资到股市或股票型基金等高风险领域,因此存在较高的投资风险,比较适合能承受一定的风险、坚持长期投资理念的投保人。

建议:在具体操作时,投保人不妨选择“定期定额”投资,这种方式可以最大限度地帮助投资者弱化投资风险。所谓“定期定额”投资,就是每个固定周期以固定的金额进行投资,它的最大好处是平均投资成本,避免选择时机错误的风险。其次,投资者要利用好投连险所拥有的“在不同账户之间自由转换”的条

款,比如一旦股市出现持续性下跌,投资者就可将本来配置于股票型账户中的资金转入相对安全的货币市场投资账户,从而有效规避资本市场波动的风险。

## 分红险

### 投资范围扩大 收益有望走高

回顾:相对于2012年投连险的跌宕起伏,分红险市场则保持了相对的平稳,截至去年底,保险分红险产品的平均收益率大致维持在3.5%~4.2%之间,不仅优于投连险产品,同时与部分一年期银行理财产品相比也毫不逊色。

适宜群体:一直以来,分红险受关注度不高,但自2012年三季度

以来,该保险投资的范围扩大,可以更充分地利用险资投资,分红险产品的投资回报率有望走高,另一方面其投资风险也相对更低。但需要注意的是,分红险灵活性相对较弱,变现能力较差,如果中途退保,投保人只能按保单的现金价值退保,损失较大,所以不能长期进行定点投资的人在购买分红险时需慎重,如短期内有大笔开支以及收入不稳定的家庭不适宜购买分红险。此外,从保障需求出发的消费者,更适合购买重疾、医疗等健康类险种,以提高抵御疾病的风险保障功能。

建议:分红险分为现金分红和保额分红两种。现金分红是指

保险公司直接以现金形式将盈余分配给保单持有人,后者可以直接领取现金,也可以用现金红利抵交未交部分的保费,如果不提取红利,也可继续放在保险账户中累积生息。保额分红产品的分红则是通过保额变化带来未来的收益,如果投保人要在产品满期前领取红利,就要把未来的收益折算为现在的价值,折算后的收益可能出现较大缩水。因此投保人选择分红方式时,要结合实际情况进行挑选,如果更看重红利领取的灵活性,可选择现金分红。如果不急于将红利取出,可选择保额分红或现金分红产品的累积生息,从而获得更好的收益。

# 苏宁元旦销售双线飘红 同比增长翻一番

2013年元旦,随着需求的全面释放,消费市场繁荣兴旺,包括百货、家电、日用品等各大种类消费品市场销售均呈现较大幅度增长。

有关部门监测显示,2013年元旦日均零售额比去年销售增长明显,各地家用电器、金银珠宝、汽车等商品呈现热销,城乡居民消费结构升级趋势明显。记者从苏宁电器获悉,截止今日,苏宁线上线下销售迎来新年开门红,较2012年同期增长达到100%。

## 元旦家电火爆依旧 苏宁全线飘红

笔者从苏宁了解到,截止今日,苏宁线上线下已全面完成元旦的销售目标,整体取得同比100%的增长,线上增长超过500%。

苏宁内部人士告诉笔者,苏宁总部早在1个月前就与三星、LG、海尔、美的、海信、长虹、西门子、诺基亚、摩托罗拉、苹果、联想等数百厂商进行了洽谈和签约,总计签署了数百亿的单月采

购大单,涉及彩电、冰洗、空调、通讯、电脑、生活电器等热销品类。在本次元旦采购备货中,各大品牌普遍给予了最畅销的机型货源和价格政策,其中有30%是特价产品,25%是苏宁定制包销的高性价比产品。

从苏宁苏宁的实际销售结果上来看,12月31日至1月3日,大量首销新品及高性价比单品出货率达80%,尤以通讯和彩电两大品类的出货量最为突出。一方面,体现了苏宁依托全国采购价格优势及

市场产品需求方向的精准优势;另一方面,实力决定让利,满千返百、三零分期、海量特惠等多重优惠刺激,充分缓解了消费者购买压力,符合苏宁消费者的购物需求;此外,节能环保意识的加强以及购买节能家电可领取国家补贴的实惠,刺激了消费者更新换代的需求。

## 力度再续72小时 全线回馈消费者

1月4日-6日,苏宁再度集结各大主流品牌工厂货源及让利资源,持续打

造最后72小时元旦狂欢让利盛宴,以满足元旦期间因种种原因无法购物消费者的家电消费需求。据悉,一批数万涵盖全品类的特价电器产品将于今日到位,明日全线放量让利全国。

在彩电特价产品方面笔者了解到,货源尺寸涵盖了32-55主流尺寸段多款产品,国产32寸液晶一款,节能补贴价仅售1399元;而合资的60寸3D电视活动期间也跌破了8000元;全场电视价格直降,力度空前!1P空调1799

元!冰箱洗衣机满2000最高直降300再返200再加赠好礼!厨卫全场7折起,50升合资热水器799元!

3C产品方面,诺基亚Lumia920、iPhone5等潮流新品已全面登陆苏宁热卖中。

元旦期间,更多多款苏宁独有价格优势的单品:单反相机满千返百,最高返500!电脑全场满千返50再赠豪礼,14寸双核笔记本低至1799元,iPad4新品抢购3688元,性价比极高,近期有换机意愿的消费者可前去选购。(贾冰)

◎资讯

# 带头承担责任 做好企业公民 万达2012年企业社会责任成绩突出

2012年,万达集团收入1416.8亿元,同比2011年增长34.8%;累计开业持有物业面积1290万平方米,同比2011年增长43%,经营业绩十分优秀。特别在承担企业社会责任方面表现更加突出,在创造就业、缴纳税收、绿色低碳、慈善捐赠、义工服务等方面,向社会交出一份优秀的社会责任答卷。

万达集团2012年开业

18个万达广场、12家五星级酒店、新增城市服务业就业岗位10.7万人,其中大学生2.59万人,2012年万达一家企业占全国当年新增就业岗位总数的近1%。

2012年,万达集团国内纳税202.1亿元,同比2011年增长23.7%,纳税额在全国民营企业中继续名列前茅。

2012年,万达集团共有17个万达广场、10个万达酒

店、12个住宅项目获得国家住房和城乡建设部“绿色建筑”认证,10个万达广场获得住建部“绿色建筑运行”认证。万达学院获得住建部“绿色建筑”运行三星认证,是全国唯一同时获得“绿色建筑”三星级设计和运行认证的项目。万达在绿色低碳方面的成就遥遥领先于国内其他企业。

2012年,万达集团慈善公益事业捐赠现金3.9亿

元。其中支持中国足球振兴1.6亿元,为成都教育事业捐款5000万元,向中华慈善总会捐款3960万元,向北京市“7.21”特大水灾捐款1000万元,向大连市困难群众送温暖活动捐款1000万元。

2012年,万达集团共组织义工活动761次,60932人次参加,万达义工活动随着万达企业的发展遍布全国城市。

# 发挥地下商业优势 打造一站式地下时尚潮流精品步行街(一)

——访宗圣·星光大道运营商北京宝利世纪商管公司总经理白来喜

2013年元月,宗圣·星光大道将正式在济宁核心商圈太白楼路开业亮相,对于这条鲁西南体量最大的地下商业街,宗圣·星光大道的运营商——北京宝利世纪商业管理公司早在两年前,就已经潜心规划,精心布局。即将开业之际,宝利世纪商管公司总经理白来喜向笔者揭开了神秘帷幕,展示出一个精彩的地下商业王国。

“纵观济宁商业格局,太白楼路汇集三大商圈与贵和、银座、运河城等大型商场,是名副其实的城心商业核心,而1.6公里长的宗圣·星光大道,却是唯一能够贯穿太白楼路的商

业体,从动线和区位上看,宗圣·星光大道动线简单,一条大路直通到底,没有地上商场那种过于复杂的楼层及转角所形成的‘冷区’,顾客流动更加方便,消费更加快捷,而且覆盖面大,消费者无论走到太白楼路哪个位置,都可以轻松从入口进入地下商业街。沿街商铺均能均等享受客流带来的收益。”

白来喜认为,这些优势,是地上项目不可能具备的,他表示:“宗圣·星光大道与运河城、秀水城相连接,在太白楼路地下形成另一个商业整体,与地上商业互为呼应,相互配套,相互补充,可最大

化发挥商业集聚效益,提升商铺的盈利能力。”

此外,地下商业街,“风雨无阻”,先天优势明显。无雨是烈日当头,还是刮风下雨,顾客都能够其中自得其乐,不受限制地得到愉快的消费体验;地下商业与其他设施和场所自然连接,不需要等候红绿灯过马路,而是无障碍地自由穿行。充足的光源,柔和的光线,新风设备带来充足新鲜的空气,适宜的湿度和温度,比地面上更舒适,更方便,并且没有地面商街的车辆的噪音和飞扬的灰尘。置身其中,喧嚣与惬意可以随意切换。

记者在资料中看到,北京宝利世纪商业管理公司

运营的项目覆盖全国,在超市大卖场、购物中心、商超百货、地下商业街等方面都有丰富运营经验,在地下商业领域更是颇具发言权,是国内少有的地下商业专业运营商之一。

对于运营济宁宗圣·星光大道,白来喜认为,国内地下商业的价值目前仍未充分得到挖掘,而宝利商管,近年来在地下商业的前期定位、招商、中期运营、管理,后期文化建设等环节通过钻研与演练已形成科学的管理系统,除了立志成为地下商业运营领域第一品牌之外,商管公司也会对地下商业价值的挖掘起到引导作用。(马敏)