

股市跌跌不休，到哪里找投资避风港？

文 / 通讯员 崔志鹏 本报记者 毛蓉蓉

时下的股市，若用“萎靡不振”形容，恐怕没有人会反对。于是，在一次次“探底”、“抄底”却不见底之后，投资者不得不考虑是否要强制性让自己休息休息。那么，除了股市之外，还有什么更保险的投资渠道吗？

打新股：理财师说现在这是首选

收益指数：★★★★★

从去年亮相以来，打新股理财的平均年收益在 10%~20% 左右。不过，个人打新股中签现在可谓难上加难。据了解，第一大盘股中国石油发行时，仍有大批手拿几十万资金申购却中不到一股的投资者。于是，银行发行的新股申购理财产品就成了投资首选。

“打新股”产品一般分为两类：固定期限和不固定期限。以浦发银行为例，该行从今年 4 月份开始共发行了三期固定期限“打新股”产品，分别为一年、半年和 9 个月。投资者购买了这类产品后，资金即被划走进行运作，在产品期限内投资者不能赎回资金。这类产品的优点是整个期限内不用花心思，到期后银行自然将本金和收益返还给投资者，缺点是流动性差，无论如何不能提前赎回。另一类是不固定期限的，为了弥补产品流动性不足，有的银行选择允许投资者每月赎回一次，或每周赎回一次，但有的银行产品设计更加优越，在产品不申购新股时资金留在卡上，投资者随时可以支取，如浦发银行的新股直通车就是这样，可以最大程度满足投资者资金流动性需求。

不过，“打新股”产品的收益和风险一般不会因为期限是否固定而不同，新股直通车这类产品灵活便利的优势并不影响其收益。

信托：有固定收益比较放心

收益指数：★★★

普通的信托产品需要相当大的资金才可购买，所以投资者往往通过购买银行发行的信托理财产品的方式参与，银行发行的信

托产品一般是固定期限固定收益类的产品，例如浦发银行近期发行的第十一期专项理财产品期限一年，预期收益 5%，挂钩长沙城建项目信托，国开行对信托贷款提供连带责任担保。

信托理财产品也分保本和不保本的，投资者购买前务必确认合同上有明确的保本条款。多数面向全国发行的信托理财产品都是经过银行严格审核的，虽然收益率不会太高，但如果没有发生意外，投资者一年后到期时就可拿到预期的收益。投资者可以将信托理财产品作为一种低风险的固定收益类产品投资，作为资产组合中低风险低收益的组成部分。

黄金：最好的保值品

收益指数：★★★

在目前，股市持续低迷的情况下，黄金的一路走高无疑引起了很多投资者的关注。不过，黄金市场总体是一个平稳增长的市场，快速上涨往往带来的就是快速下跌，正如金价自 11 月 8 日达到最高点 202.9 元 / 克之后就持续下跌，14 日收盘价为 191.72 元 / 克，5 个交易日连续下跌跌幅超过 5.5%，而之前一年的涨幅仅为 21.4%。

国内投资黄金的方式一般有三种，实物黄金、纸黄金和纪念金条。实物黄金交易简单，纸黄金没有实物交割更方便，纪念金条不仅具有黄金的价值还具有收藏价值。但有句俗话说：“盛世的古董，乱世的黄金”，这句俗语也从侧面说明了一个意思：黄金是最佳的保值品，但并非最佳的投资品，所以将黄金作为抵抗通货膨胀的保值品是再好不过的选择。

【安联之窗】

中德安联正式进驻江苏市场

中德安联人寿保险有限公司日前在南京举行了隆重的开业典礼，宣布江苏分公司正式开业，这将是中德安联继上海、广东、浙江、四川、深圳之后成立的第六个分公司。中德安联的股东双方安联集团和中信信托有限责任公司，以及江苏省政府和保监局的相关领导都到场表示祝贺。至此，国际金融巨头德国安联集团正式进驻江苏市场，同时标志着中德安联在经济重心长三角地区布局的完成。

中德安联是全球领先的保险集团之一安联集团与中国中信信托在华的寿险子公司，总部设于上海。2006 年中德安联业绩增长显著，基于多渠道营销模式的成功发展，公司全年保费收入突破了 10 亿元大关，达到 12 亿元人民币，增长幅度较上年超过 300%，2007 年上半年度，中德安联的发展速度依然迅猛，保费收入已超过 13 亿元人民币，增长幅度较上年超过 170%，在外资寿险公司中名列前茅。

一直以来，江苏省在我国经济布局中占据了举足轻重的地位。据悉，2006 年江苏省 GDP 突破 2.1 万亿元，连续十五年保持了两位数增长，江苏省如此巨大的市场容量和消费潜力，吸引了众多德国企业的纷纷进驻。另一方面，江苏省也一直是保险业的领头羊。去年，江苏保险业保费收入在全

国率先突破 500 亿元，雄踞全国榜首，其中，人身险保费收入高达 382 亿元。

中德安联首席执行官孟建安先生对于正式开业的江苏分公司寄予厚望：“江苏分公司的开业使中德安联有幸成为江苏大型德资企业中的一员，江苏业务在我们长三角地区的战略布局中具有举足轻重的作用，作为中国国内具挑战性的保险市场，更是有潜力的市场，我们看到了中德安联在江苏施展身手的舞台和空间。”

中德安联江苏分公司杨建军总经理也自信地表示：“我们是一支国际和本土相结合的优秀团队，拥有着先进的国际经验和对本地市场的把握能力，我们对能在江苏省再创佳绩充满信心！”

应邀参加此次开业仪式的江苏省保监局局长李劲夫先生在致辞中表示：“中德安联是一家拥有强大实力和背景的保险公司，我们期待并相信江苏分公司的开业会为本地保险市场的进一步繁荣做出积极的贡献，同时也衷心祝福中德安联在江苏的业务发展能成其自身成长壮大的强劲动力。”



传承创新 成就未来

联想 ThinkPad 续写 15 年品牌传奇

2007 年 10 月，全球 PC 领导品牌联想 ThinkPad 成功跨越 15 年。联想全球开展了一系列活动庆祝 15 岁生日。ThinkPad 作为过去二十年来全球最为杰出的个人计算机设备之一，自 1992 年诞生以来，已经在全球的 160 多个国家出售了三千多万台，荣获了超过 1000 个设计及技术大奖，这在世界所有笔记本品牌中独占鳌头。而 2004 年并入联想，更使 ThinkPad 这个传奇 PC 品牌再次获得了蓬勃发展的历史机遇。

ThinkPad 从联想再出发

自 IBM 时代就从事 Think 业务至今长达十年之久的联想中国区笔记本营销总经理仪晓辉认为，Think 产品（包括 ThinkPad 和 ThinkCentre）只是 IBM 的一小部分业务，这和 Think 在联想的地位是完全不同的，因为在过去“ThinkPad”只隐藏在幕后。而在联想时代，一切有了变化。“联想无疑更专注于 PC 市场。”

“联想的 ThinkPad 更像 ThinkPad 了”。市场予以联想 ThinkPad 的变化积极的回应。最近，易观国际对 24719 名笔记本用户进行了在线调查，结果发现，ThinkPad 是购买笔记本的首选品牌。

为联想打开国际化大门

而对联想来说，把 Think 这一 PC 品牌纳入囊中，可谓机遇与挑战并存。如何整合这样一个国际品牌，将此双刃剑效应化为自己的竞争优势，是联想必须解决的大问题。实际上，在这个过程中，ThinkPad 既为联想带来了巨大的动力，也把联想置于一个充满挑战的国际市场。

在收购 IBM 个人电脑部门后三年内，联想在全球市场斩获颇丰，捷报频传，成功从中国的联想转变为世界的联想。据联想 11 月 1 日公布的新一季财报显示，联想个人电脑的销量连续第三个季度超过全球个人电脑市场的平均增长水平，年增长 23%，远高于市场平均增长率 15.7%。在大中华区，第二季度联想个人电脑销量增长超过行业平均水平。

“双品牌”渐入佳境

不能否认，当联想在 2004 年以 17.5 亿美元收购 Think 品牌时，国内市场对二者的成功整合存一片喧嚣。而时过境迁，此时纵观 ThinkPad 在联想旗下发展，无论是产品表现、市场销量还是品牌影响力，都取得了突飞猛进的增长。

这是联想苦心经营近三年的成果。在 ThinkPad 并入联想近三年的时间里，联想方面一直将 Lenovo 和 ThinkPad 两个品牌进行“双轨”处理，前者针对大众市场，而后者则针对高端市场。ThinkPad 笔记本电脑仍牢牢占据着高端商务市场的领导地位，尽管市场竞争日趋激烈，ThinkPad 在 12000 元以上市场仍然拥有超过 30% 的市场占有率，这足以证明 ThinkPad 产品一如既往的高品质。

如今，联想通过兼并率先于国内众多 PC 品牌，走上了国际化的快车道。与此同时，市场的成功为联想成功整合 Think 提供了有力证据。事实证明，ThinkPad 这个 PC 历史上的领导者再次获得了发展的新动力，而未来搭乘联想这辆急速行驶的战车，ThinkPad 无疑将延续其 15 年 PC 品牌传奇。