

春节前虎元素“贺岁”金饰走俏 专家表示金价中长期承压

■本报记者 彭妍

临近春节,黄金消费市场也迎来旺季,市民开始扎堆“买买买”。《证券日报》记者近日在多家黄金饰品专柜发现,各类“虎”元素黄金饰品走俏。老虎造型的黄金饰品早已被摆上了柜台,其中包括千足金摆件、吊坠、戒指以及刻有老虎图案的金条、长命锁等,受到不少市民热捧。

“今日生肖金条价格442元/克,饰品类黄金价格为480元/克,是近期的最低价。”有专柜销售人员告诉《证券日报》记者,今年以来,黄金价格在震荡中不断走高,生肖金条价格440元/克——450元/克,饰品类黄金价格在482元/克——487元/克之间。但持续走高的价格并未降低顾客对金饰的购买热情。

金价上涨挡不住黄金热销

《证券日报》记者走访了北京菜百商场发现,黄金柜台中的“虎元素”黄金饰品摆放在最醒目的位置,在风格和款式选择上也更为多样。除了既有卡通造型、适合儿童的虎头转运珠,还有萌虎类别的吊坠、手链,吸引不少顾客驻足挑选。

记者注意到,“一口价”黄金饰品颇受市民热捧。不少顾客不需要专柜人员推荐,便主动询价、选货、付钱,交易很快就达成,对于当日的金价的价格,他们似乎并不是特别关心。

在多个金饰专柜前,很多女性顾客都在试戴老虎造型的首饰。“今年是虎年,马上就要过年了,想送给自己一个礼物,准备给自己买一个手镯,这类金饰价格多在上千元。”正在一家知名品牌专柜选购的张女士说。同时,该专柜销售人员也表示,“最近虎年生肖系列的产品卖得很火,有的款式都售罄了,得先预订调货。主要用于结婚、送礼的黄金刚性需求明显增多。”

同时,还有一对情侣在购买金戒指。该顾客告诉记者,这次是陪着女朋友来选一款戒指,自己和女朋友准备过年的时候订婚。

此外,也有很多顾客为孩子购置新

去年12月份以来

国际金价围绕1800美元/盎司震荡

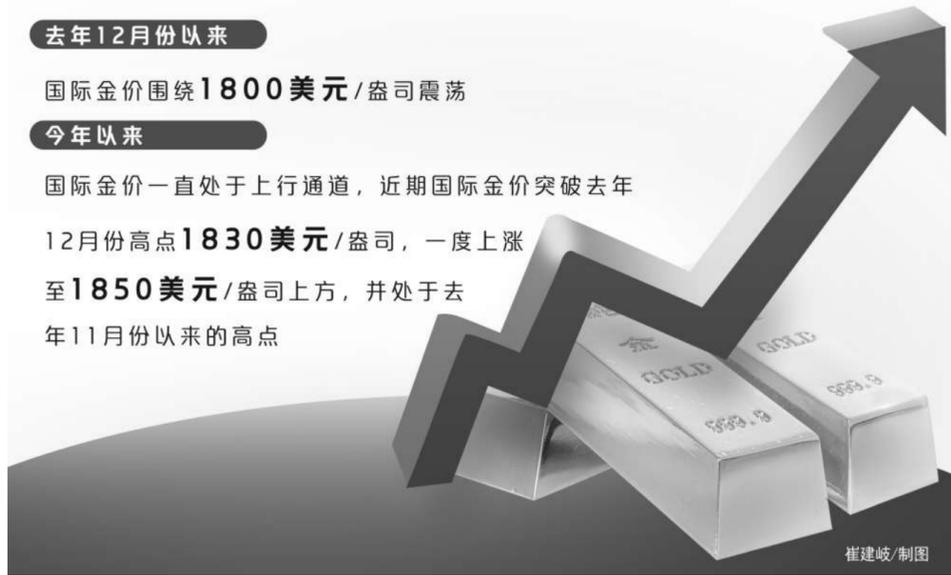
今年以来

国际金价一直处于上行通道,近期国际金价突破去年

12月份高点1830美元/盎司,一度上涨

至1850美元/盎司上方,并处于去

年11月份以来的高点



崔建岐/制图

年金饰品。“今年是虎年,我的小孙女是属虎的,想给孩子买一个小老虎金锁。”一位老年顾客告诉记者。当记者提到近期金价较高时,该顾客表示,自己购买的是“小件儿”,金价高低也差不出几十块钱,所以也并不在意。

“临近新年是黄金销售的高峰期,近期销量较前两个月增长了不少。”据专柜人员表示,不少人想借着好寓意在来年讨个好彩头,无论金价涨还是跌,都不乏刚性需求的支撑。除了生肖虎元素饰品,前来咨询和购买金条的顾客围满了柜台。

《证券日报》记者连续走访几家金店发现,目前生肖金条价格在428元/克至448元/克左右。记者在周六福柜台咨询时,当日生肖金条的价格为442元/克。该工作人员表示,和饰品比起来,金条和金币更具收藏和投资价值,也有不少顾客会选择购买。正在店内购买金条的王女士告诉记者,自己来买黄金,主要是觉得黄金还有上涨空间。

另外,记者发现,各大商场和金店对于首饰金还纷纷推出了不同力度的优惠活动,有的商家推出了满减返券,甚至有部分商家给出了每克黄金饰品减20元的优惠。但是投资金条则没有优惠。

“尽管今年以来金价一路上扬,但是市民买金热情只增不减。”多家黄金饰品销售人员表示,就目前的销售情况,黄金消费热潮会从春节前一直持续到元宵节。

专家表示黄金价格中长期承压

去年12月份以来,国际金价围绕1800美元/盎司震荡。今年以来,国际金价一直处于上行通道,近期国际金价突破去年12月份高点1830美元/盎司,一度上涨至1850美元/盎司上方,并处于去年11月份以来的高点。

对于金价走高的原因,中国国际经济交流中心宏观经济研究部副部长刘

向东对《证券日报》记者表示,短期看受地缘政治冲突影响,黄金的避险需求有所增加,同时美元升值压力并不大,因此黄金价格持续上升。

香港中咨金首席经济学家徐阳在接受《证券日报》记者采访时表示,主要是受到国际外部因素影响引发市场避险情绪上升。另外,春节前市场对黄金首饰的需求增加,也会推动金价上涨。

“黄金并非理想的投资品,有一定的避险功能,但波动性很小,从长期来看,其收益率实际上并不是很高。黄金主要是作为一种对冲资产存在。投资人可以配备一部分黄金资产,但不宜过多。”中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林对《证券日报》记者表示,当前并非黄金最佳买点。

展望2022年,刘向东认为,考虑到主要国家货币政策正在转向,黄金价格中长期承压,因此短期内金价会有支撑,但中长期将承压,难以维持高位。

春节期间美团线下全场景消费支持数字人民币付款

■本报记者 张志伟 见习记者 余俊毅

距离冬奥会开幕的时间越来越近,而数字人民币的推广行动也在不断加速。日前,美团宣布将开放数字人民币支付通道。这意味着春节期间,消费者在选购生鲜、打车出行或观看电影时,就可以通过数字人民币支付并领取专属的消费补贴。

《证券日报》记者了解到,此次上线的数字人民币支付场景包括了餐饮、外卖、生鲜零售、共享单车、美团打车、酒店旅游、电影演出、休闲娱乐在内的美团平台200多个线下消费场景。这也是数字人民币首次实现本地生活服务平台的全场景覆盖。

美团相关负责人表示,在春节线下消费高峰到来前,美团在有关部门指导下开通了全场景数字人民币支付通道,并上线消费补贴,旨在让更多用户在体验数字人民币的同时,也能够带动线下消费复苏。

据美团披露,今年1月份以来,美团数字人民币试点活动中近九成的数字人民币红包都流向了外卖、买菜、餐饮等百姓生活日常消费场景,其中又以30元以下的小额交易订单占比最高,有效带动了各类民生消费及线下小微实体商户的发展。

“美团全场景开通基本等同于百姓日常生活场景的数字人民币全覆盖。从数字人民币的角度看,无疑是找到了和高频消费场景更好的结合方式,可以更大范围地服务实体经济和百姓生活,带动数字人民币普惠性和可得性的提升,通过市场化手段推动小微企业发展,

为他们生存注入长久持续动能。”博通咨询金融资深分析师王蓬博在接受《证券日报》记者采访时表示。

王蓬博进一步对记者表示,我国经济体系中最重要组成部分就是中小微企业。中小微企业抵抗风险能力较低,是最需要帮助的群体之一。这些企业大多数都分布在与民生紧密相关的服务行业。因此,美团平台在为中小微企业减负的同时,通过红包和满减券等方式也为中小微企业增加自身的造血能力。这有助于形成一个用户、商户、平台和数字人民币四方共赢的长久可持续模式,且还紧密关乎着民生服务、社会稳定和群众就业等重要层面。

招联金融首席研究员、复旦大学金融研究院兼职研究员董希森对《证券日报》记者表示,我国移动支付十分发达,移动支付工具非常多,因此场景丰富程度往往影响用户选择和使用体验。完善的生态体系、丰富的应用场景,让数字人民币无处不在、触手可及,进而吸引更多用户选择使用。

“美团平台率先全场景开通数字人民币支付,有助于加快数字人民币试点推广,推动支付领域互联互通,便利实体企业和百姓民生,具有积极意义和示范作用,值得其他互联网企业学习借鉴。”董希森表示。

对于未来美团在数字人民币试点活动中的发展方向上,美团相关负责人对记者表示,接下来美团还将在有关部门的指导下,继续沿着“绿色普惠+消费场景”的方向,在更多业务场景进行数字人民币试点活动的设计和探索,同时积极进行线下商户的数字人民币受理环境改造支持,持续探索数字人民币提振民生消费、促进小微商户发展的新路径,助力数字人民币更好地服务实体经济与百姓生活。

本版主编袁元 责编孙华 制作张玉萍 E-mail:zmzx@zqrb.net 电话 010-83251785

太平人寿稳中求进启新篇 2021年硬核发展显成效 2022年坚持价值成长不动摇

近日,中国太平披露的保费收入数据显示,2021年,太平人寿全年原保险保费收入1486.95亿元,同比增长3%。

2021年,是“十四五”开局之年,也是太平人寿境内复业20周年。这一年,太平人寿经受了国内宏观经济下行、疫情反复、居民消费低迷、保险业持续深入调整等一系列内外部因素的冲击,交出了一份较为优秀的答卷。

目前,中国太平2021年的年报暂未披露,太平人寿细分业务经营数据暂不得而知。不过,就太平人寿2021年的经营策略,2022年乃至中长期的经营规划,笔者近期采访了太平人寿。

太平人寿表示,去年公司能取得较好的经营成绩,源于公司坚定的价值导向及四大硬核发展举措,而2022年,公司仍将保持战略定力,坚持价值成长不动摇。

透露2021年:稳中有增 四大硬核举措促进平稳增长

2021年,受内外部因素的持续影响,保险业步入深入转型期。

东方证券等多家第三方研究机构指出,2021年,疫情影响下居民收入不稳定性增加,叠加劳动力结构的变化,导致新单销售低迷、保费收入不及预期与代理人脱落率提升等现象出现。

受诸多因素影响,2021年,上市险企寿险业务原保费收入累计达16957亿元,太平人寿原保费同比增长3%,稳中有增的发展在寿险公司中颇为少见。

何以取得这一经营成绩?太平人寿表示,公司能够实现稳中有增,主要源于四大硬核举措。

一是紧扣市场需求,通过创新产品升级

价值达成路径。越是困难的时候,越要关注市场的需求,在市场中找到解决方法。太平人寿在2021年进一步强化总分联动的产品开发机制,对基层机构开展高频调研,并迅速反应,以高效响应队伍需求,急市场所急,想队伍所想。通过推出月缴型终身寿产品“岁悦添富”、融合健康管理服务的少儿重疾“太平福禄娃”、以及太平福禄安心保险产品计划等,有效提升了业务表现,实现了价值驱动模式转换。

目前,太平人寿去年全年新业务价值数据暂未披露,不过其2021年上半年新业务价值表现突出。通过对比发现,2021年上半年太平人寿NBV增速达29.1%,是当时仅有的一家NBV增速为正的上市险企。

二是精准优化人力发展策略,队伍实现高质量发展。2021年,寿险业代理人出现较大的流失,组织发展改革成为行业新命题。从太平人寿来看,“高素质、高品质、高绩效”的“三高”文化一直是公司人才培养的核心,以此为基础,太平人寿更通过精准化分层次的人才培养策略,促进人才队伍实现高质量发展。

据了解,公司自2020年启动“5G”经理人计划”,2021年推出“彝”计划,强化了对代理人的培训,推动代理人从客户需求角度出发、以顾问化的方式配置产品,力求提升代理人专业度,助力人均产能增长。

三是坚持以客户为中心,传递保险服务温度,多点发力赋能业务。太平人寿坚持以客户需求为中心,不断拓宽服务生态,通过持续创新各项活动、服务与技术,在赋能业务的同时,提升客户体验。先后打造了“太平好生活”等一系列服务客户、获得客户流量的活动平台,面向细分市场推出太平1929家族办公室,面向大众客户推出多样化高频服务活动,持续完善“乐享健康”“乐享养老”医康养

服务体系,增强人民群众的“获得感”。

四是积累20年的“精气神”,让文化引领成为内生动力。文化是一种价值观,是一种思想和行为,能对公司发展产生长远且巨大的影响。20年境内复业发展的奋进历程,让关于目标、成长、执行、服务、合规的发展理念,深植太平人寿每一个干部员工的内心,形成了独特的“精气神”,也成为了太平人寿不断地能排除万难,逆势成长的精神力量。

总体来看,2021年对于太平人寿而言是非常不平凡的一年,太平人寿始终坚持“创造安全、健康、富裕的美好生活”的使命,深入贯彻落实党中央、国务院、监管部门有关决策部署,在中国太平集团领导下,积极适应新时代、新变化、新要求,全力实现高质量发展目标,为人民群众的美好生活保驾护航。

面向2022年:稳中求进 保持战略定力、坚定价值成长

党的十九大以来,推动高质量发展成为了我国经济社会各方面的总要求,整个保险行业都在努力跨越高质量发展的重要关口。

尽管太平人寿2021年交出了一份优于行业平均水平的答卷,但市场更关注太平人寿对今年保险业经营环境的预判,以及今年的核心经营策略。

对此,太平人寿表示,2022年将是难得的“政策红利期”。宏观方面,政策托底、稳中向好。一是经济稳,二是收入稳,三是消费稳。整体而言,“稳”的环境支撑保险发展的底盘,构成行业的政策红利。

具体到经营策略,太平人寿表示,公司将坚持以长期主义这一队伍建设指导思想,探索、孵化、落地全新发展策略。公司成立

跨渠道、跨总分、跨职能的“高质量业务成长项目组”,寻找基于当前环境、适应公司现阶段发展需要的更优组织发展形式和队伍做大做优路径。形成适合不同模式、不同区域、不同人群的针对性方案,选择部分分公司进行多模式试点,并不断打磨和优化流程,形成从增到育的全套流程和标准,最终形成覆盖各渠道、各机构的组织发展新体系。

最后,太平人寿强调,公司向服务要价值。近几年,随着客户第一张保单需求被满足,寿险经营环境也发生了深刻变化,正加速迈入存量竞争、市场饱和的阶段,服务已经成为企业赢得队伍认同、持久赢得客户信赖的“硬支撑”。太平人寿一直有“贴近市场、贴近一线、贴近队伍”的文化,下一步,不仅要内勤服务好一线,赋能效率再提升;还要服务好客户,用心传递出温度,增加品牌认可度;更要服务好国家战略,融入发展新时局,彰显央企大情怀。

中远期发展:稳健成长 着力成为行业价值成长的典范

太平人寿不仅提到了今年经营策略,还提出了中远期的发展规划,笔者将其归纳为六大维度,这六大维度涉及寿险公司经营方方面面。

一是坚持价值成长的核心不动摇,推动各渠道业务稳定高质量成长。太平人寿未来将持续守正创新,完善以价值成长为目标的经营策略,强化以价值考核为中心的经营管控体系。

二是坚持长期主义,以品质为关键,坚定不移地推动高质量组织发展。太平人寿将坚持以长期主义为队伍成长策略,强化文化引领,持续推动高质量组织发展,利用科技、产

业、产品等不断赋能队伍,不断夯实业务发展的基础。

三是聚焦客户需求,以客户为中心,打造差异化经营品牌。太平人寿将强化“以客户为中心”的经营理念,聚焦内外客户需求,通过差异化管理,加强专业建设,增强服务特色,持续提升产品和服务价值,优化客户体验。

四是以科技为支撑,深化对销售和服务的全面赋能。以提速提效为大方向,太平人寿将持续加大投入,打造硬核科技和应用,并全力推动公司数字化转型,提高公司科技的核心竞争力。

五是以生态为突破,构建具有太平特色的医、康、养生态圈。太平人寿表示,公司要在集团的统筹部署下,积极和集团各部门、子公司的协同,以一线业务和客户需求为导向,积极探索“产品+服务”的深度结合路径,共建具有强大主业协同效应的产业生态圈,依托医康养生态圈做出服务特色。

六是以人才为根本,锻造符合价值成长要求的干部员工队伍。太平人寿表示,公司在积极推进人才教育培训和选人用人机制改革的基础上,特别是要做好“硬核人才”的培育,培养一批勇于担当、拼搏进取,数量适当、结构合理,精业务、懂经营、善管理的干部员工队伍和专业技术人才,全力打造一支符合公司发展要求的人才梯队。

“面向2022年,中国保险业变革、挑战与机遇并存。太平人寿将坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引,深入贯彻党的十九大和十九届历次全会精神,立足新发展阶段,贯彻新发展理念,服务构建新发展格局,抢抓‘十四五’期间健康、养老、医疗等方面发展机遇,着力成为行业价值成长的典范和高品质‘寿险+服务’提供商。”太平人寿表示。(CIS)