



又到年终奖理财季

1万以下 3万到5万 10万以上 怎么理财？这些建议你可以看看

更多建议敬请关注快报《2017年市民理财白皮书》

记者 林司楠

距离中国农历春节只剩下两周时间,年终奖理财再次成为广大职场人士关心的话题。

作为一年辛苦工作的回报,年终奖可能是许多人一年中收到的最为丰厚的一笔收入,如何打理好这笔收入显得至关重要。一个合理的年终奖规划往往能帮助你在新一年的工作中更有安全感,为此,都市快报将在1月20日推出《2017年市民理财白皮书》,并邀请银行、保险、财富公司方面的理财专家为你提供更多的年终奖理财建议。

超7%受调查者已提前领到年终奖

蚂蚁金服日前就2016年的年终奖做过一个调查,有超过20万人参与了此次调查,调查结果显示目前7%的受访者已收到年终奖,29%的人则表示自己的年终奖“已经在路上”,来自机关、事业单位的调查对象中,有52%以上的人表示已经或即将收到年终奖。

由于2016年的年终奖还未发放完毕,我们无法得知过去一年中大家的年终奖平均收入状况。但从往年的统计状况来看,在过去两年中,上海地区年终奖平均值是8523元,位居全国第一。深圳、北京、广州分别位列二三四名。需要指出的是,杭州、苏州的人均年终奖分别为6601元和6490元进入“6时代”,上述两个城市与传统的北、上、广、深一起成为全国人均年终奖“第一梯队”。

从网络上的草根调研也能得到类似的结果,国内一家招聘网站的年终奖调研结果显示,2016年杭州地区的年终奖平均值水平有望突破7000元,不过不同行业和工作间的年终奖收入差距较大,部分服务业工种的年终奖收入水平在4000元以下甚至没有年终奖,而高收入群体的年终奖则在10万元以上。令人意想不到的,往年一直被认为是高收入行业代表的互联网、IT和金融行业,在过去的一年中却出现年终奖整体水平下滑的情况。蚂蚁金服日前的调查结果显示,上述三大行业中,有47%的人表示年终奖无望。

因人而异制定年终奖理财规划

“如何打理好手头的年终奖,这主要还是取决于大家各自的年终奖收入水平。”工行浙江省分行营业部相关理财顾问称,年终奖理财因人而异,有些人由于年终奖收入整体基数不高,因此更加适合于短期、流动性好的货币基金、短期理财等;而对于年终奖收入较高的群体,他们更加注重财富的保值、增值,那么高收益的基金、保险以及权益类产品都将会是不错的选择。

综合目前各大银行、保险公司以及财富公司一些理财专家的意见,对于年终奖理财大家不妨遵循一下以下三条理财建议:

1.年终奖收入1万元以下:灵活性为主

年终奖收入在1万元以下的群体,往往是刚刚进入职场的新人。对于这部分人群,年终奖理财的灵活性往往是摆在第一位的。因此低门槛的货币基金、基金定投将会是不错的选择。

需要指出的是,当前不少千禧一代对于消费的欲望较为强烈,在领到年终奖后总是没有任何规划“先花干净再说”。因此,上述工行理财顾问建议初入职场的年轻人,在领到自己的第一笔年终奖后,可以先预留一部分必要性开支(比如买一些礼品孝敬长辈,添置些新衣服犒劳下过去一年辛苦工作的自己),但更多的资金一定要做好规划。哪怕是1万元的年终奖,也可拿出一部分比例进行基金定投

或者购买货币基金,一来可以强制储蓄,而来可以培养基本的理财意识,为自己做资本原始积累。

2.年终奖收入在3万至5万之间:“532”原则

年终奖收入在3万至5万之间的人,往往是在一家公司中工作多年的老职员,或者担任一定的中层管理职位,属于我们常说的“中产阶级”人群。这部分的人年纪大多已迈入三十大关,房产、孩子的压力较大。同时,这类人群也注重生活的享受。纯粹的低息保本不能满足需求,适度提高风险偏好才是王道。

相关理财师建议,对于年终奖收入在3万至5万之间的群体,不妨把资金按50%、30%、20%的比例进行划分,其中50%的比例可以投资于银行理财,目前临近年底,银行的理财产品收益率往往存在“翘尾效应”,对于年终奖理财来说是比较划算的,另外的30%和20%则可以用于购买保险或者投资股票,提高自己的收益率水平。

3.年终奖收入在10万元以上:可考虑信托、阳光私募

年终奖能超过10万元,多半在公司属于高层,也是高净值人士。这类人群对收益的要求也更高,不止于跑赢CPI。

对于这部分高净值人群,他们的选择往往要多得多,合理资产配置变得十分重要。第一,可以考虑配置大额金融资产,比如说信托、阳光私募类产品;第二,拿出一定的比例配置保险;第三,风险承受能力较强的,可考虑配置一些杠杆类资产,比如说期货、融资融券交易。

一个商标就能贷款6个亿 “森山”品牌价值突破百亿

文/潘晓晨

前不久,金华市召开商标品牌质押工作推进会,会上公布了金华市首批驰、著名商标及品牌价值,经权威性评估机构评估,首批评估的7家企业,商标价值达47亿元,银行授信总额12.7亿元。其中,中国铁皮枫斗领导品牌“森山”凭借其品牌知名度、美誉度、行业地位、产品品质、经营业绩、发展潜力等综合因素,商标价值达到15.25亿元,品牌价值达到103.32亿元。会上,森宇控股集团(以下简称森宇)与中国银行金华分行签署了6亿元的商标质押授信协议。

在“森山”品牌价值突破百亿大关,挺进中国大健康品牌“百亿俱乐部”后,人们不禁要追问,是什么催生出“森山现象”,传奇缔造的背后,森山有着怎样的成长密码?

20年只做铁皮枫斗

这几年,在江浙沪乃至整个东南沿海,提到养生保健品,很多人第一时间就会想到铁皮枫斗(鲜品称铁皮石斛),而提到铁皮枫斗,大多数人首先会想到“森山”。

“森山”品牌创立于2001年,15年来,年平均销售额保持高于40%的增长率,2016年突破10亿元大关,一路画出了令人惊艳的增长攀升曲线,成为大健康产业发展最快的品牌之一,同时带领铁皮枫斗行业快速发展。森山也由此跻身全国保健品销售十强、中国保健品行业名牌、连续三届入围中国保健品十大公信力品牌。其发展历程和成就成为行业典范,被称为大健康产业的“森山现象”,备受业界赞叹和关注。

提到“森山现象”,“森山”品牌创始人、森宇控股集团董事局主席俞巧仙表示,其实也没有什么秘诀,无非就是8个字:科技、专注、品质、诚信,当然,最重要的是能持之以恒,从1997年创建全国第一所民营铁皮石斛研究所——义乌市铁皮石斛研究所算起,森山为了这8个字已经坚持了二十年。



森宇控股集团董事局主席俞巧仙(右)与中行金华市分行签署商标质押授信协议

森宇总部位于国际小商品城义乌,这里是金元四大名医朱丹溪的故里,位于北纬30度附近,历史上就是铁皮枫斗最佳产地之一。秉承“二十年只做一棵草”理念,森山在义乌、金华建成国内一流、也是当时全国面积最大的铁皮石斛原生态栽培基地,同时还建立一个完整的、全链条的、可追溯的产品质量管理机制,这一切,只为生产出上等的铁皮枫斗产品。

让每件森山产品都可查、可控

二十年来,森山一直致力于建立一个完整的、全链条的、可追溯的产品质量管理机制,从药材的育种、栽培、采收到铁皮枫斗产品的生产、销售和售后服务,森山在每一个环节上都实行严格的质量管理,确保每一件森山产品都是安全、优质的。

基于这条完善的产业链,2014年森山在铁皮枫斗行业内率先运行“生产管理及追溯监管平台”,目的是实现铁皮枫斗生产全过程农事操作和投入品的数据采录,确保了产品源头质量安全。通过该平台,一件森山铁皮枫斗产品的原材料在种植过程中施了什么肥、浇的什么水都清清楚楚。

2015年,森山正式入驻“中国保健品质量追溯

平台”,在保健品行业率先实行产品质量可追溯。该平台能够连接生产、检验、监管和消费各个环节。消费者买到森山铁皮枫斗产品(目前仅限于部分产品)后,只要拿出手机扫一扫包装上的二维码,就能清楚地了解它的“身世”,包括它的“出生”流程、原材料来源、质量经过哪些部门认证等信息。

“这样做的目的,就是要让每件森山产品都可查、可控,让消费者吃得明白、吃得放心。”俞巧仙说。

领跑铁皮枫斗行业发展

2016年6月6日,由中国保健协会和国内著名调查机构零点调查共同发布的《2016中国铁皮枫斗产业现状与发展白皮书》显示,截至2015年,全国铁皮枫斗产业规模约50亿元,其中森宇旗下的“森山铁皮枫斗”的产值超过12亿元,约占浙江总规模的30%,全国总规模的20%,继续领跑铁皮枫斗行业发展。

2016年7月,总投资51.8亿元,占地3.77公顷,集大健康、生态农业、文化旅游、养生养老、国际康复等功能产业为一体的新型化健康特色小镇——森山健康小镇项目正式启动,更为“森山”的未来增添无限遐想。