

# 如果有了100万元

## 单身期

单身青年有了100万元,可在支付房、车首付后进行高风险投资

# 理财意识要先行 投资方式可激进

□记者 程芳菲

100万元对于多数刚开始进行资产积累的单身青年来说,无疑是一笔不小的资金。如果真的有100万元,缴税后用它买房、买车、请客吃饭,你会发现这看似挺多的奖金其实经不起花。那么,怎样才能让它成为自己财富增值的筹码?如何分配,才能让它为自己带来更多的财富?

## 01 支付房、车首付后 剩余资金进行投资

“如果有100万元,你打算怎么花?”近日,洛阳晚报记者就此问题随机采访了我市的一些单身青年。

“我的家庭条件一般,如果能中100万元,我会考虑在单位附近买套房。这样,父母就不用为我的婚房费心了。”27岁的市民小张说,他工作刚满两年,月薪2000多元,几乎没什么存款。

“我正打算买辆车呢,要是有了100万元,我现在就去买辆宝马。”准备明年3月结婚的市民小王说,他家经济条件还行,爸妈已经帮他付了婚房的首付,月薪4000元左右的他会考虑用买车后剩下的钱付新房的余款。

对于多数资产积累刚起步的单身青年来说,如果有100万元,一开始都会觉得是一笔数目不小的资金,可以实现自己买房、买车的梦想。但细细算来,在缴纳20%的个人偶然所得税后,用剩下的80万元买套位置不错的新房,再买辆合心的车,瞬间就花光了。

对此,中国银行洛阳分行中银财富管理中心副主任张华表示,刚进入职场的年轻人月薪较少,存款不多,缺乏理财意识,如果他们能对这100万元进行合理分配,这笔资金将会成为令单身青年资产升值的第一桶金。她建议,如果要买房或买车,可先付首付,将剩余的资金进行理财投资,然后按揭付余款。

“如果没有理财经验,投资者可以在理财师的指导下,选择股票、基金、贵金属交易等较为激进的投资方式,积累财富。”张华说,此外,还应为自己购买保险。由于资金较充裕,除了购买意外险,还可考虑购买寿险、重疾险、财产险等,保障自己今后生活的各个方面。

## 02 理财投资安排好 财富增值实现早

当然,已经有了房子、汽车,对于“如果有100万元,你打算怎么花?”这个问题,他们大多表示会考虑用这笔资金进行投资理财。但至于哪种投资理财方式更科学、更合理,他们心里也没谱。

对此,张华介绍,为了保证其生活不受突发情况的影响,在进行投资理财前,必须留出一部分应急金,应急金为月支出的3倍到6倍。这部分资金可通过活期存款、现金管理类产品的形式储备,以备不时之需。

如果单身青年的工作稳定,接下来可以考虑将资金通过定期储蓄加购买理财产品的方式用于金融投资,或采取其他投资理财方式进行投资。这部分资金一般为家庭1年至3年的生活费,如果有意外事件急需大笔资金,就可以使用。

“扣除以上资金后,再考虑将剩下的、暂时不用的钱用于理财投资。”张华说,这部分资金是可以用于追求高收益的钱,但在投资前,需要先设定理财目标,并在理财师的指导下,针对个人实际情况做出理财计划。如果想获得高收益,并且个人风险承受能力较强,可以考虑炒股,买股票型基金,或购买信托等产品。如果风险承受能力较弱,只想挣点儿安稳钱,不妨选择风险相对低的理财产品。

“除了理财投资,购买保险也是很有必要的,具体险种可根据实际情况购买。”张华说,在生活中,还要注意“节流”,不可因为流动资金突然增多,而大手大脚地花钱。

张华说,虽然“如果有100万元”是个假设,但单身青年可以从分配这笔资金的过程中,学会设定理财目标,设计适合自己的理财计划。即使现在没有100万元,单身青年也可以从管理好自己的信用卡,每天为自己的消费列一个明细,每月审视自己都花了什么钱等,培养自己良好的理财习惯。财富的积累是一个长期的过程,有了理财意识,学会如何正确投资,才能实现自己财富增值的梦想。

## 你不可不知的经济学常识 49

### 贵有贵的道理 高价广告传递质量信号

□见习记者 郭飞飞

我们现在的的生活几乎被广告包围,报纸、电视、楼宇电视、户外灯箱、公交车体……广告无处不在。在广告支出上为什么有的企业一毛不拔而有的企业挥金如土?为什么看似理性的消费者却抵不住广告的诱惑?

统计发现,生产香水、手表、饮料、剃须刀的企业通常将收益的10%至20%用于打广告;出售工业产品的企业,如销售钻探机、卫星、挖掘机的企业用于打广告的支出就很少;而出售同质产品的企业,例如销售小麦、原油的企业,根本就不打广告。这是因为只有当企业在销售有差别的产品并且销售价格高于成本价时,企业才会受到激励以做广告的方式吸引更多的买家。对于生产同质化产品的企业和利润本就有有限的企业来说,广告对它们经营业绩的影响并不大。不过,就整个经济而言,企业总收益中有2%是用于广告支出的。

虽然,企业愿意将一部分收入用于打广告,但经济学家对于广告的争议从未停止。公说公有理,婆说婆有理,且不论谁对谁错,广告的确能够作为产品质量的一个信号向公众传递信息。

比如,有两家糖果公司A和B,每包糖果的定价均为4元,成本简化为1元,那么每包糖果的利润就是3元。对于这两家公司而言,如果投入1000万元打广告,就会有100万名消费者尝试购买。两家公司也都清楚,如果口感较好,消费者肯定不会只购买一次。

实际情况是A公司清楚地知道自己产品的口感并不是特别好,1000万元的广告投入只能带来300万元的利润。因此,A公司的领导层更倾向于不打广告而让研究人员开发新口味的糖果。而B公司的糖果因为口感较好,消费者购买后在第二年的每个月都会购买一次,也就是说B公司投入1000万元打广告能得到3600万元的利润。

看完了公司的选择,我们来分析一下消费者的行为。消费者选择B公司的糖果是因为看到了它们的广告,而B公司打广告的原因是它们知道自己产品的质量的确很好。而A公司之所以不打广告是因为它们的产品质量一般。消费者会认为公司对广告支付意愿无形中传递出了其产品的质量信号。正如当我们看到大牌明星代言的广告时,都会暗自猜想:“人家的东西一定不会差,要不然怎么能请得起大明星。”

我们从以上分析,可以得出结论:广告本身说了什么并不如消费者知道广告很贵这一信息重要。与此相反,便宜的广告在向消费者传递质量信号方面是不可能有效的。还是上面的例子,如果A公司的宣传费用在300万元以内,那么在A、B两家公司都打广告的时候,消费者虽然不能从是否做广告来判断产品质量,但是时间一长,肯定会不再理会这种便宜的广告。

为什么有的企业在宣传上挥金如土?因为信息并不在广告的内容中,而是在广告本身与其昂贵的价格中。



**中银财融通**  
圆您海外“移民”梦

联系电话:  
63108261  
13525949721