

此许多企业虽然不刻意追求较高的资产负债率,但对高负债熟视无睹,似乎认为负债越多,财务的杠杆效应越大。事实上,举债的财务杠杆作用必须要在总资产报酬率大于债务成本率的前提下才能实现。目前,很多企业的总资产报酬率远远低于债务利率,也就是说其通过举债获得的资金所创造的利润连债务成本也负担不了。杠杆作用还要求在权益性资本与债权性资本之间建立一个合理的比例关系,这不仅要考虑利率水平,还要考虑权益性资本的期望报酬率,因此举债经营必须慎重。

误区五: 资本扩张总是好事

很多企业特别是新上市公司把资本扩张放在经营的首位,扩张的渠道主要是通过收购、兼并或大比例送转股。但企业扩张时,业绩增长应当与资本增长同步或者应当超过资本扩张的步伐。近年来不少上市公司大比例送转股后,每股收益所表现的业绩出现同比例反方向的滑坡,使其股票由

“贵族”沦落为“垃圾”。有些公司的净资产收益率甚至连续几年跌破配股的及格线,丧失了直接融资的资格。这些企业破产倒闭不是因为经营管理不善,而是过度扩张。由此可见,资本扩张虽然是必要的,但重要的是要有限度,企业必须在业绩增长有保障的前提下,根据自身的情况决定扩张的步伐。

误区六: 保有非现金实物资产 比保有现金资产更有利

企业在筹资后会根据经营的需要,把货币性现金资产转化为物质性资产,以保证其经营活动的正常进行。由于物质性资产具有高获利能力,故很多企业往往急于通过投资、购置设备把现金资产“消费”出去,以获得高额收益,但却忽视了流动性管理的需要。有些企业甚至不愿意制定满足其支付性、偿债性、预防性和投机性需求的最佳现金余额,从而导致支付危机,引发财务风险。在东南亚金融危机中,香港百富勤投资公司在一夜之间清盘的事实就充分说明了缺乏现金资产所隐含风险的致命性。

误区七: 股票股利比现金股利 对企业更有利

许多上市公司在向投资人分派股利时,喜欢采用股票股利方式,一方面是基于股本扩张的要求,另一方面是为了节约现金流出。有些公司连续多年股票股利分派都在30%以上,由于对每股收益的稀释作用,公司的净资产收益率不断下降,股价下跌,影响了公司通过配股筹资的能力;投资人也往往因为没有获得实际现款的回报,失去对公司投资的信心。

误区八: 亏在暗处比亏在明处好

盈利是每一个企业经营者追求的目标,但由于行业因素、宏观经济环境以及经营管理不善等原因,总有一些

企业在某一经营期间发生亏损。在有企业,企业业绩直接关系到经营者的政治和经济利益,关系到职工的福利待遇,这就使得有些企业不愿意公布其真实经营状况,采取粉饰报表、操纵利润等手段,制造虚假繁荣。还有些企业认为没有变现的损失不是损失,导致资产质量下降,获利能力削弱。■

(摘自慧聪网)

教保户如何 见招拆招

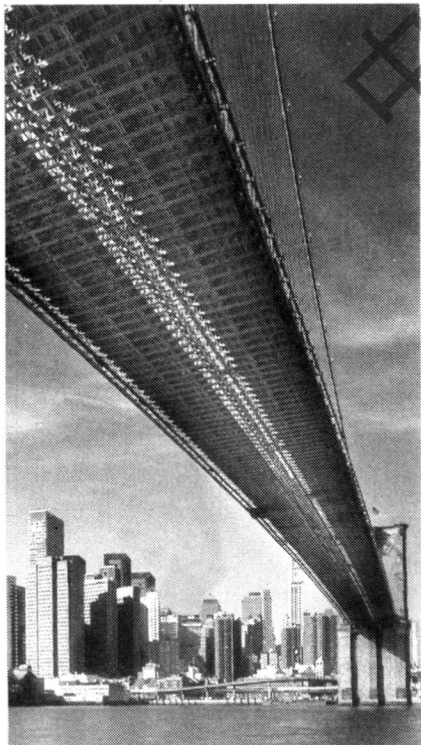
黄 蕾

陷阱1: 人情保单

刚开始做保险的人,通常都向亲朋好友推销自己公司的保险。碍于面子,朋友们多少会买上一份保险。通常消费者在购买“人情保单”时总是过分依赖代理人,往往会在不知情或者不明白内容的情况下投保。因此,消费者在购买保单时一定要向朋友问清楚投保内容以及免则条款等,以规避自造陷阱,给朋友和自己留下遗憾。

陷阱2: 他人代签名

许多保险投诉纠纷都因他人代签名引起。在投保单上签字,是投保人必须履行的重要法律手段,也是保护投保人合法权益的重要基础。保监会明文规定:“人身保险投保书、健康及财务告知书,以及其他表明投保意愿或申请变更保险合同的文件,应当由投保人亲自填写,由他人代填的,必须由投保人亲笔签名确认,不得由他人代签。”同时,根据规定,对代签名的投保或变更申请,必须经投保人、被保险



人进行补签名，否则保险公司不得接受。但有两种情况除外：如果投保人属于无民事行为能力或限制民事行为能力的人，则保单可以由其监护人代为签字；如果投保人因残疾等身体原因无法自己签字的，可以通过法律程序，由其授权的代理人代为签字。出现代签名现象时，保险代理人应该加以劝阻。但很多代理人为了拿到保单佣金，往往听之任之，甚至替保户签名。

陷阱3：代理人夸大回报率

近年来，各寿险公司相继推出了分红保险。与传统寿险相比，分红寿险不仅具有一定的保障功能，还具有一定的投资功能，保险公司根据公司资金运作情况每年定期向保单持有人派发一定的红利，但值得注意的是，分红保单的分红水平并不是固定的。一些保险代理人在介绍保险产品时，保险条款里对消费者有利的就重点解释，对消费者不利的条款或是限制消费者权利的条款就故意隐瞒。在此要提醒消费者，购买保险时，一定要了解清楚投保人、被保险人以及受益人的相关信息，以免日后发生纠纷。此外，分红保险根本就不存在什么额外的“现金奖励”，这纯属营销员个人的“一面之词”。消费者在购买前，应多比较几家保险公司不同的保险产品。对于自己看不懂的条款，一定要向代理人提出，一方面可以弄懂条款内容，另一方面也可以看出该代理人的专业素质。

陷阱4：投保容易理赔难

在实际生活中，少数经营不规范的保险公司在理赔时设置种种障碍，使消费者难以顺利得到赔付。如果消费者投保后与保险公司发生纠纷，首先可以与保险公司协商和解；如果协商不能解决，可以请消费者协会调解，也可提请仲裁机构仲裁；必要时可拿起法律武器，向人民法院提起诉讼。目

前，上海、安徽和山东三地已经建立了保险纠纷人民调解委员会，消费者可通过电话、网站、消协了解如何投诉。

陷阱5：保户未告知以往病史

在购买保险时，消费者一定要充分认识到如实告知的重要性和不如实告知的严重后果。按照《保险法》规定，投保人如果不如实告知，那么他不但得不到保险保障，甚至连保费都有可能拿不回来。另外，消费者要坚决排除侥幸心理，不要以为多年以前的病史保险公司不会知道，或者以为不是什么大不了的事情，用不着告诉保险公司。代理人也应该在投保人(保户)购买保险前提醒其履行告知义务，不可因利益驱动对投保人是否如实告知听之任之，甚至还进行不当的干扰。

陷阱6：代理人垫缴保费

一般来说，保险营销员不会也不应该替客户垫缴保费，如果营销员这么做，很可能隐藏着某种不正当的目的，消费者应该增强自我保护意识。消费者在购买保险时，一定要在看清楚、想明白之后再作决定，千万不要草率行事，以免给自己留下隐患。

陷阱7：代理人将条款术语复杂化

代理人的专业素质不是单单指通常意义上的口头表达能力，而是体现在能否化繁为简、化难为易。代理人在向消费者推销保险时，往往会做出一些承诺。例如事故发生后保险公司的理赔服务如何及时到位，以及对产品投资收益率的承诺等。对于这样的承诺，首先应该问清楚保单上的哪个条款作出了这样的承诺，如果代理人无法指出具体条款，那就是代理人在用“空头支票”提高你的投保意愿。没有书面证据证明代理人当初的口头承诺，是多数纠纷产生的主要原因。因此，必要时保户应该让代理人作出书面承诺。

陷阱8：代理人在签署日期上动手脚

通常，寿险保单都有10天犹豫期。在这10天内，消费者如果觉得不适合买这份保险，可以要求100%退保。为了不让消费者在这10天内退保，代理人往往会在保单签署日期上做手脚。据调查，十有八九代理人在推销保单的过程中曾经做过不实的宣传，比如夸大保险利益、隐瞒保险风险等。在这种情况下，代理人往往先拖延一段时间，等10天的犹豫期过了以后再将保单送给投保人，然后在递交保单时又故意不让投保人签署日期。■

(摘自《国际金融报》)

理财：三个法则 四大风险 六条投资 分析路径

刘井平 ■

◎家庭理财三个法则

4321法则：即收入的40%用于住房及其他方面的投资，30%用于家庭生活开支，20%用于银行存款以备应急之用，10%用于购买保险。

72法则：本金增长一倍所需时间(年)=72/年报酬率(%)。举例来讲，如果你在银行存10万元，年利率2%，每年利滚利，要多少年才可以使本金增加一倍变成20万元呢？答案是36年(=72/2%)。

80法则：在你的投资组合中股票应该占多大比例呢？根据80法则，股票占总资产的合理比重=(80-年龄)%。举例来讲，如果你目前30岁，股票投资应该占投资总额的50%。