

# 生命人寿狂饮茅台成第三大股东

茅台“常客”中国人寿退出十大股东行列；一年7举牌，生命人寿成“举牌猛人”

证券时报记者 曾炎鑫

贵州茅台日前发布的年报显示，生命人寿在去年第四季度加仓448.89万股，加上原有持股，生命人寿一共持有贵州茅台1013.34万股，占比0.97%。在不考虑一致行动人前提下，生命人寿已成为贵州茅台第三大股东。

信息显示，生命人寿在去年四季度突击增持以后，成为贵州茅台前十大股东中的唯一险资股东。2013年年底，生命人寿以“生命人寿保险股份有限公司-万能H”和“生命人寿保险股份有限公司分红”两个账户分别持有

贵州茅台564.45万股和448.89万股，分别位居第7和第9大股东，合计占贵州茅台0.97%股权。

在不考虑一致行动人前提下，生命人寿持有的贵州茅台股份仅次于第一大股东中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司（持股61.99%）和第二大股东贵州茅台酒厂集团技术开发公司（持股2.91%）。

作为内地险企的后起之秀，相对于保险业务，生命人寿为市场熟知更多是由于它的“凶猛举牌”。一年多时间里，生命人寿前后共举牌7次，对象分别为金地集团、农产品和中煤能源，

堪称“举牌猛人”。中国保监会资料显示，生命人寿成立于2002年，注册资本117.52亿元，2013年全年原保费收入为222.43亿元，位列保险业第二、三梯队。

与生命人寿的操作背道而驰的是，作为贵州茅台十大股东的“常客”，中国人寿在2013年却悄悄离开了十大股东行列。这也表明，随着2013年相关政策面和行业基本面发生变化，保险资金对于贵州茅台的看法已明显分化。

此前，中国人寿常年看好贵州茅台，从2006年三季度起就跻身十大股

东之列，当时的贵州茅台刚开始长牛之旅。自此之后，中国人寿一路相随，先后以传统险账户和分红险账户持有贵州茅台股份，最多曾合计持有贵州茅台1.73%。尽管中间也曾历经减持和增持，但在截至2013年第三季度的7年多时间里，除2009年三季度外，中国人寿未缺席过贵州茅台的十大股东。

不过，在去年三季度期间，中国人寿减持了344.75万股，股东排名从第4跌至第9；而到了第四季度，伴随着生命人寿、工行和中粮集团等股东的增持，中国人寿已从前十大股东名单中悄然隐退。（更多报道见A8、A9版）



中信泰富昨日宣布，正与母公司中信集团商讨收购集团主要业务平台中信股份100%股权之事宜。预计交易对价将包括现金及新发行和配售股份两部分，对价股份发行价13.48港元/股，较近60个交易日收盘均价溢价约25.86%。今年2月以来，中信泰富股价持续上涨，至停牌前累计涨幅已超过30%。张常春/制图

## 私募基金转正： 做一条资管行业的鲶鱼

■ 时评观察 | In Our Eyes |



证券时报记者 付建利

一直以来游走于灰色地带的私募基金近期陆续转正，100家私募机构已经分两批获颁登记证书。这在私募基金发展史上具有里程碑意义，也标志着中国的私募基金从无人监管的灰色地带，走入制度化、规范化和法制化的发展轨道。公众更加期待的是，私募基金能够以其灵活的体制和产品创设，成为资管江湖的一条鲶鱼，也让更多的投资者享受到资本市场发展的成果。

2004年内地发行了首只阳光私募基金，倏忽10年，阳光私募基金终于得以阳光化。如今，运作中的私募产品逾2000只，行业资产管理规模逾3000亿。不过，长期以来，私募基金处于野蛮生长的地下状态，没有明确的监管主体，虽有重阳投资、展博投资、

泽熙投资等私募基金声名显赫，但也有不少“野私募”误导客户、招摇撞骗，甚至携款潜逃。私募基金纳入监管范畴，刻不容缓。

有鉴于此，监管层早已高度重视，在中央编办批复同意证监会内设机构和职能调整方案中，机构监管部、基金监管部合并为证券投资基金监管部，新设立私募基金监管部等部门。私募基金被纳入到与公募和证券同等重要的地位，监管层的态度由此可见一斑。

私募基金转正，显然有利于行业品牌形象的塑造，也有利于降低运营成本，更重要的是，私募基金长期以来针对高端客户理财，其灵活的体制机制设计，如股权激励、合伙人制度等，正是公募基金所欠缺的。在投资业绩上，一些私募基金穿越市场牛熊，多年以来为客户提供持续稳定的回报，有着清晰的投资理念且能一以贯之。反观公募，近几年未能给持有人提供理想回报，人才流失严重，发展桎梏久拖不决，行业面临艰难的转型阵痛。

无论是私募股权投资基金，还是私募证券投资基金，转正后无疑更有利于行业良性发展。而对于广大投资者来说，在大资产管理时代，私募基金如今登堂入室，和公募、券商、保险、银行等理财机构同台竞技，期待着私募这条鲶鱼搅动资管江湖的一池春水，让资管行业焕发出更多的生机与活力，让更多的投资者享受到多元化理财和普惠金融的红利。

# 李克强：金融创新的意义是支持就业创业

A2

CNINDEX 深证及巨潮指数系列					
指数代码	指数名称	收益	涨幅	指数代码	指数名称
399001	深证成指	7244.19	-0.11%	399311	巨潮1000
399005	中小板指	4810.63	0.65%	399314	巨潮大盘
399006	创业板指	1417.61	1.63%	399315	巨潮中盘
399330	深证100	2476.45	0.07%	399316	巨潮小盘
399007	深证300	2796.69	0.30%	399550	央企50
399003	乐盈指数	4167.77	0.00%	399379	巨潮基金
399031	深证100	125.99	-0.04%	399481	全指基金

### 第1期主题：IPO阶段的舆情管理与危机应对

中国资本市场正经历重大变革，尽管A股新一轮IPO已拉开帷幕，但IPO政策又经数次调整，企业IPO仍面临来自政策、监管、市场以及舆论等多个层面的不确定因素。

**如何适应新的监管制度？**  
**如何回应无处不在的媒体探照灯？**  
**如何真正做到“身正也不怕影子斜”？**  
**如何在上市前期有效引导、管理舆情，助力IPO落地？**

中国上市公司舆情中心、人民网舆情监测室携手举办“资本舆情学院”2014年第1期培训，汇聚来自监管部门、研究机构，以及投资银行、律师事务所等服务机构的专家、学者、实践者，与您共渡难关。

**课程大纲：**

1. IPO新政解读；
2. IPO期间的信息披露事项；
3. IPO期间的舆情危机应对及管理；
4. 上市公司董秘的经验分享；
5. 沙盘推演：突发负面舆情下的上市保卫战（实战模拟）。

**培训对象：**

1. 拟上市公司董事长、总裁及其它高级管理人员；
2. 拟上市公司分管公共关系、投资者关系、品牌形象等事务的领导及有关工作人员。

**培训时间：**2014年4月22-23日

### 第2期主题：金融机构、上市公司如何玩转“微”时代？

游戏规则正在改变，而且改变速度越来越快，政治、经济、社会、民生、舆论，全民微信，全民微博，“微”时代——

**如何利用微信、微博找准“市场痛点”？**  
**如何利用微信、微博“套牢”投资者的心？**  
**如何利用微信、微博优化客户关系、全面扩张“品牌触点”？**

中国上市公司舆情中心、人民网舆情监测室携手举办“资本舆情学院”2014年第2期培训，汇聚专业研究机构、金融机构、上市公司、自媒体领域最前沿的资深人士和实践者，共筑共赢。

**培训对象：**金融、上市公司分管公共关系、投资者关系、品牌形象等事务的负责人及相关工作人员。

**课程大纲：**

1. “微”时代的社交媒体传播；
2. 如何在“微”时代善于品牌发声；
3. 如何利用微信、微博等社交媒体开拓新业务；
4. 自媒体资源深入挖掘与分享。

**培训时间：**2014年4月23-24日

● 欢迎来电咨询或扫描二维码关注中国上市公司舆情中心官方微信，发送“资本舆情学院”，获取更多课程信息或合作信息。

联系人：唐威 联系电话：0755-83553301 FAX: 0755-83556463 EMail: gsyq@stcn.com

资本舆情学院(2014年第1、2期)招生启动 第1、2期培训地点：浙江·杭州

中国上市公司舆情中心，是由人民网、证券时报、人民在线合力打造的，专注于资本市场领域声誉管理的战略服务机构。官方网站：http://yq.stcn.com；官方微博：@公司舆情（新浪微博）；官方微信：公司舆情（qongsyquqing）