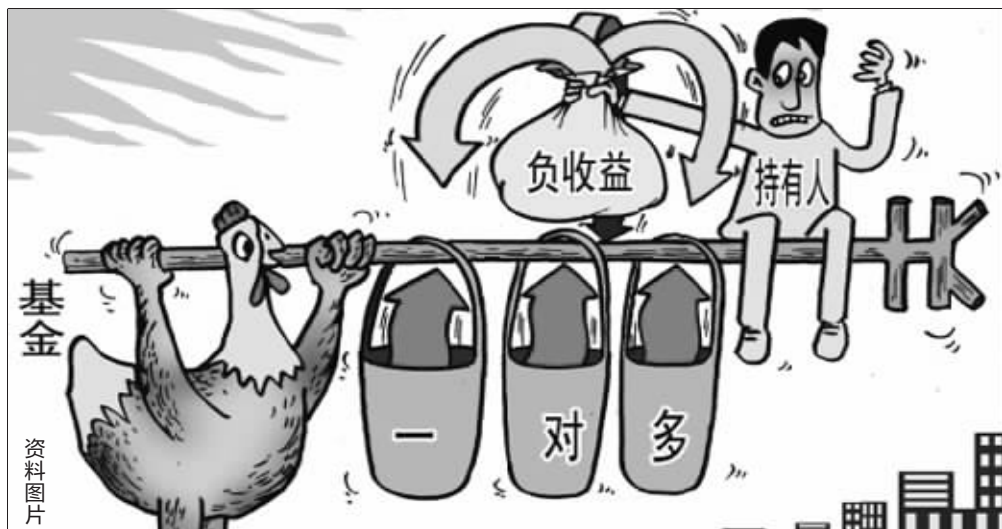


焦点 Fortune

近一年来,基金专户“一对多”呈现了一幅“高开低走”的K线图:两百多只产品面世,给资本市场带来三四百亿的增量资金,然而表面上的繁荣,并不能掩盖实质上的挫败感。在曾经的“打败私募”等豪言壮语背后,一年间约八成客户亏损,真实的战果是空喊之后的落寞与尴尬。



资料图片

“约八成客户亏损,基金公司打电话希望延期,被我臭骂一通!” 百万富翁梦碎“一对多”

“富人游戏”陷泥沼

“我们仔细研究发现,‘一对多’客户的敏感点在净值1.1元与0.9元两个位置,如在1.1元之上还好,如在0.9元之下,客户的信心就会被极大动摇。如果这个亏损幅度延续到产品结束,那毫无疑问,这家公司专户业务的牌子算是毁了。”再过一个多月,上海某大型基金公司旗下首只“一对多”产品将结束自己的旅程。以目前的状况来看,这只产品“回馈”给客户的,可能是累计约10%左右的亏损。

这让买了该产品的马先生很是郁闷:“当初,银行的客户经理向我推荐‘一对多’的时候,还神秘地说,基金公司对专户业务非常重视,资源都会向这方面倾斜,即便是公募有所牺牲,也不会让‘一对多’客户吃亏。但现在一年快过去了,我的亏损该由谁来买单啊?”马先生抱怨说。

记者获得的数据显示,短短不到一年间,基金“一对多”专户数量激增至229只,以每只产品200名客户的上限计算,涉及客户将达到4万余人。由于“一对多”的最低投资门槛为100万元,该专户产品也通常被称为富人才能玩的游戏。但种种迹象显示,这数万人的富翁中,约有八成投资者恐怕将如马先生一般,一年间从“一对多”专户的投资中,收获的不是金钱和快乐,而是亏损和愤懑。

一份截至7月下旬的“一对多”业绩榜单(不完全统计)显示,在纳入比较的54只“一对多”产品中,仅有12只取得了正收益,其中累计收益在10%以上的,只有广发主题01和中信建投一添富牛1号两只。也就是说,买入“一对多”产品的投资者中,约有八成至今仍处于亏损的泥沼之中。而让投资者愤怒的是,如果“市场持续下跌”可以作为业绩不好的挡箭牌的话,那近期市场的快速反弹中,多数“一对多”产品却依然令人失望:在7月19日至23日A股快速反弹的一周中,54只“一对多”中仅有2只跑赢了沪深300指数6.76%的周涨幅,却有数十只产品周涨幅甚至不足1%。

“就这点本事,还怎么维持我们的投资信心?原本以为,基金公司投研实力雄厚,做类似‘私募’的专户会更有优势,现在看来,结果和预期恰好相反,可笑的是,基金公司还打电话过来,希望能将产品延期,被我臭骂了一通。”马先生恨恨地说。

很显然,这个本以为稳赚不赔的“富人游戏”,已经被做砸了。以绝对收益为金字招牌的“一对多”,却恰恰因为业绩不佳而令客户的信心快速流失,给行业带来一场信任危机。质疑声铺天盖地,让这个周岁未满的“雏儿”倍感压力。

盲目扩张是“元凶”

基金“一对多”专户今时的备受诟病,与去年9月启航时的喧闹风光相比,实在是云泥之别。短短一年间,谁是导致这场剧变的“元凶”?

一位专户总监在接受采访时,将“一对多”陷入尴尬的主因归结于“冲动”二字。他指出,在监管层放行“一对多”专户业务后,有资格的基金公司们蜂拥而上,抱着跑马圈地的念头,不管有没有准备妥当,都急于申报产品并快速发行,这种冲动性的扩张导致“一对多”发展陷入僵局。

“现在回过头来看,很多基金公司在专户业务的投资理念、人才储备等方面并没有充足的准备,产品发行完成后很快就会面临投资上的困境,做不出好业绩也在意料之中。”该专户总监说,“据我了解,有相当一部分基金公司,专户团队的投资理念完全照搬公募基金团队。而更夸张的是,有家公司当时只有两名专户投资经理,却仍然敢拼命发产品,这简直是拿客户的钱开玩笑。如果要说是谁导致了‘一对多’今天的局面,那就是准备不足的盲目扩张。”

记者在调查中发现,由于不少专户总监或投资经理来自公募,确实有不少“一对多”产品的投资思路沿袭公募的做法,比如股票池与公募共用,不过一两亿的规模却一下子配置了四五

十只个股,以及喜欢维持一定比例的股票仓位等等。这种类公募的做法,一定程度上其实是背弃了“一对多”以绝对收益为目标的操作原则,容易遭到客户诟病。

但一位基金公司高管指出,完全将“一对多”的现状归结于基金公司的快速扩张是不正确的。他认为,基金公司涉足“一对多”业务的门槛不高,这势必导致竞争从一开始就非常激烈,由于在传统公募业务中格局已定,基金公司要想改变在基金业的地位,势必会将战场选在专户业务上,这无可厚非。“更何况,并非所有的基金公司都对此准备不足,有些公司都已经厉兵秣马好几年了,此时不扩张更待何时?”他说,“我觉得导致‘一对多’陷入困境的根本原因,应该是门槛太低了,能做的不能做的都放进来,结果就是不理性的竞争,一粒老鼠屎要坏一锅汤。”

事实上,随着业务推进难度的加大,许多基金公司也在反思“一对多”专户的定位。记者了解到,考虑到“一对多”专户整体上发行和维护的成本太高,一些中小型基金公司已经基本放弃了“一对多”专户业务,其中有两家公司仅销售一只产品后,就暂停了新产品的发行,另有多家公司在第一批获批产品募集完毕后,也不再发行新的产品。
据《中国证券报》

四新基金递交募集申请

证监会每周披露的基金募集申请审核进度情况显示,8月份的第一周,有四只基金向监管部门递交募集申请,分别为中海增强收益债基、国联安货基、鹏华消费优选股基、中欧新动力股基。与此同时,7月末递交募集申请材料的华富量子生命力股票型基金,以及博时转债增强债券型基金已于上周被受理。统计显示,7月以来截至上周末,有19只新基金申请设立,其中15只已被受理。拟设立的19只新基金中,包括债基7只,股基7只,混基1只,货基2只,可转债基金1只,ETF及其联接基金1只。
快报记者 马婧婷

基金隐形持“圣农”最多

随着越来越多上市公司公布2010年中报,基金持股路线图变得更加清晰。在已公布的388份中报中,将近八成股票有基金股东出现,其中更有106只被基金持仓超过10%,里面更包括19只基金隐形重仓股。截至8月7日,圣农发展暂时位列基金“隐形”持仓最多的个股。一季度末时,该公司前十大流通股东中出现了大成创新成长、大成价值增长、基金景福、华泰柏瑞盛世中国、大成积极成长、中银中国精选等6只基金股东。“隐形重仓”中,三季度表现最好的却是山大华特。该股自7月以来已经累计上扬了超过44个百分点。
证日

寻找大牛股牢记三原则

针对下半年的具体投资策略,7月涨幅高达16.79%的光大保德信中小盘指出,寻找大牛股应遵循三大原则。首先,重资源、轻制造。受产业链结构的影响,以及在长期货币推动通胀的背景下,黄金、铁矿石、稀土及未来资源属性将越来越强的公共产品和水资源等行业直接从中受益。其次,调结构、讲民生。从长周期来看,如消费、零售、餐饮、医药等,这些行业从长期来看和老百姓的衣食住行紧密相关。而在通胀过程当中,这些行业中那些具有良好品牌和渠道的企业可能安然度过滞胀期。最后,关注政策红利带来的长期投资机会。
中证

8只QDII回归1元以上

伴随海外市场的回暖,QDII基金净值随着市场的震荡大多实现了正收益,截至8月6日,净值超过1元的老QDII基金数量已回到了8只。近期,QDII基金又现发行高潮,包括即将发行的华安香港精选股票型基金在内,今年以来已有10余只QDII基金获批或者发行。统计资料显示,今年上半年沪指跌幅高达26%,但港股及美股的跌幅不及A股的一半,QDII基金的平均跌幅也远小于A股市场中的偏股型基金。同时,香港市场估值也具有比较优势,恒生指数2009年市盈率为16倍,2010年市盈率为14倍,而同期沪深300指数为29倍,2010年为20倍。由此可见,香港市场的估值更具有吸引力。
全景

首只社会责任ETF昨上市

昨日,建信上证社会责任交易型开放式指数基金(ETF)在上交所上市交易,并于当日起办理申购、赎回。上市交易的证券简称为社会责任ETF,代码为510090;申购、赎回简称为责任申赎,申购赎回代码为510091。公开资料显示,该基金于今年5月28日正式成立,是目前国内唯一的跟踪上证社会责任指数的ETF基金,也是国内第一只按照社会责任投资理念进行投资运作的被动式基金产品。未来,随着公众对社会责任投资逐步加深理解,这种投资理念将在国内日益普及,推动包括上市公司、基金公司在内的企业更好地履行社会责任。
快报记者 王慧娟

债基撑场子 新基发行改走保守路线

周三和周四,建信全球机遇股基(ODII)和农银汇理大盘蓝筹股基加入发行大军后,在售新基金增至10只。今年市场“复杂”走势让投资者的购基热情大打折扣,与去年相比,今年的基金发行市场整体较为清淡。由于投资者风险偏好下降,固定收益类基金取代股基成为市场新宠。

发行只数最多 募资最少

据统计,截至8月5日,今年以来共成立新基金79只(分级基金合并计算)。数据显示今年以来成立新基金募资总额达1230.95亿元,平均每只基金的募资仅15.58亿元。统计显示,过往4年的同期(从年初至8月5日)新成立基金数分别为56只、48只、65只、70只,平均募资规模分别为37.94亿元、80.06亿元、18.39亿元、25.88亿元。同比不难发现,今年的新基金成立数目为近5年来最多,但平均募资规模则为近5年来最低。

“接力”股基 债基撑场子

根据好买基金研究中心统

计,经过4月份的大跌后,投资者的风险承受能力显著下降,新基金发行变得更加艰难,4月15日至8月5日,新成立的40只新基金平均每只仅募资13.88亿。数据显示,7月份共成立新基金6只,募资总额为71.29亿元,其中,中海货基与博时宏观回报债基2只基金便吸筹51.08亿。今日华商基金发布公告,刚刚于8月5日结束发行的华商稳健双利债基首募19.87亿。“华商稳健双利债基的火热发行,一方面说明在当前震荡市的情况下,投资者对于避险类资产的青睐程度大大提高;另一方面,华商基金旗下股基业绩表现突出,债基业绩也处于行业前列,公司整体正处于上升周期,这也是该基金受到投资者认可的原因之一。”好买基金研究中心研究员曾令华对记者表示。

基金公司“趁热打铁”

在此市场风向之下,基金公司“趁热打铁”迅速做出回应。统计显示,目前在发的8只基金中,债基几乎占据半壁江山。刚刚获批将于近期公开募集的华富

强化回报债基基金经理表示,目前基金产品的市场细分现象已经初露端倪。经过此前股市的大幅上涨和下跌,投资者逐渐认识到高收益往往伴随着高风险,个人投资者已不再一味追求较高收益的基金产品,较低风险且能为投资者带来稳定的当期回报和长期收益的基金产品,也受到个人投资者的青睐,封闭式运作的债券型基金正是属于这种类型的投资产品。据悉,华富强化回报基金将在合同生效后三年内封闭运作,并在深圳证券交易所上市交易,基金合同生效满三年后,转为上市开放式基金(LOF)。

股基长线布局好时机

有业内人士表示,随着政策面的缓和、资金面的缓解及经济继续复苏,当前或是投资者进行长线布局的好时机。7月以来周期类蓝筹板块的上涨给市场带来了新的活力,蓝筹类基金再次受到市场关注。将于8月12日起发行的农银大盘蓝筹拟任基金经理为农银汇理投资部副总经理、农银行业成长基金经理曹剑飞指

出,沪深300指数最近一个季度的市净率接近2倍这个产业资本愿意入场的临界点,市场流动性虽不如2009年但仍较为充裕,因此目前来看,投资者配置股票型资产的比例不宜过低。具体行业方面,大众消费品行业和一些消费属性较强的行业值得长期看好。利用“自下而上”的策略,对个股进行筛选,选择具有良好基本面和发展前景的蓝筹股投资。
快报记者 刘芳 孙旭 王慧娟

本周在售新基金一览表

基金名称	发行起止日
股票型	
农银汇理大盘蓝筹	8.12—8.30
易方达消费行业	7.26—8.18
指数型	
中证南方小康ETF	7.26—8.20
中证南方小康联接	7.26—8.24
债券型	
国投瑞银优化增强	8.3—9.3
嘉实稳固收益	7.28—8.27
工银瑞信双利	7.12—8.12
混合型	
中银价值精选	7.19—8.19
QDII型	
建信全球机遇	8.11—9.10
广发亚太精选	7.19—8.16