

# 屡次买中年度冠军产品 大户“炒私募”练就神技

不炒股票,炒私募产品一样可以获得惊人收益。某身价数亿元大户屡屡押中年度冠军私募产品,从“银帆3号”“创势翔1号”,再到一年涨四倍的凯丰基金,其个人资产两年翻两番。那么,冠军私募产品究竟具有哪些“面相”,这位大户又是如何炼成“麻衣神相”的绝技? 据《中国证券报》

## 神秘大户两年翻两番

低买高卖是投资人最想做、又是最难做到的事情。这位大户却经常可以在私募产品业绩平时买入,业绩高点时卖出;不买股票,可以获得远远超过直接投资二级市场的收益率。我们暂且将其称作Y先生。

“太牛了。”说起Y先生,职业投资人老刘连连称奇。过去数年,老刘既投资股票,亦投资私募产品,耗费心力,在跌宕起伏的市场面前,勉强稳住5年累计40%多的收益率。

“在很多私募产品缺乏靓丽业绩时,成为年度私募基金冠军之前,Y先生就会配置,但是到了第二年之后,市场注意到了这只私募明星产品,其他投资者跟进去,Y先生就出来了。”老刘说。

从该大户切入的时间点和退出的时间点来看,其精准程度令人称奇,总是在私募产品业绩处于起步时买入,在高点时迅速退出。老刘表示,从持有私募产品的期限来看,短则半年,长的可

以达到一年半以上。

老刘罗列了Y先生涉猎过的私募产品,“过去两年业绩曾经强势表现的银帆、重阳、泽熙、淡水泉、创势翔、凯丰,该大户都有涉猎;少的配置500万元,多的话配置五六千万元。”打开私募历年业绩排行榜,就知道这两年Y先生买过的产品有多牛:在股票私募产品中,2012年“银帆3号”收益率54.44%,创势翔1号收益率为125.55%;在期货私募产品中,2012年凯丰基金收益率为400.71%,2013年“毓功程序化”账户年度收益率高达627.38%;今年泽熙3期、创势翔1号等多只产品收益率接近翻倍。其投资私募产品的资金总量保守估计有一两个亿,综合来看,其资产净值两年起码翻了两番。

对于该大户的详细资料,由于未见真人,每次只通过电话联系,老刘仅知道其为某私募网站的一位高端客户,男性,年纪在四十多岁。

## “110%”业绩爆点

冠军私募产品究竟有哪些“面相”,神秘大户又是如何炼成“麻衣神相”般的绝技呢?

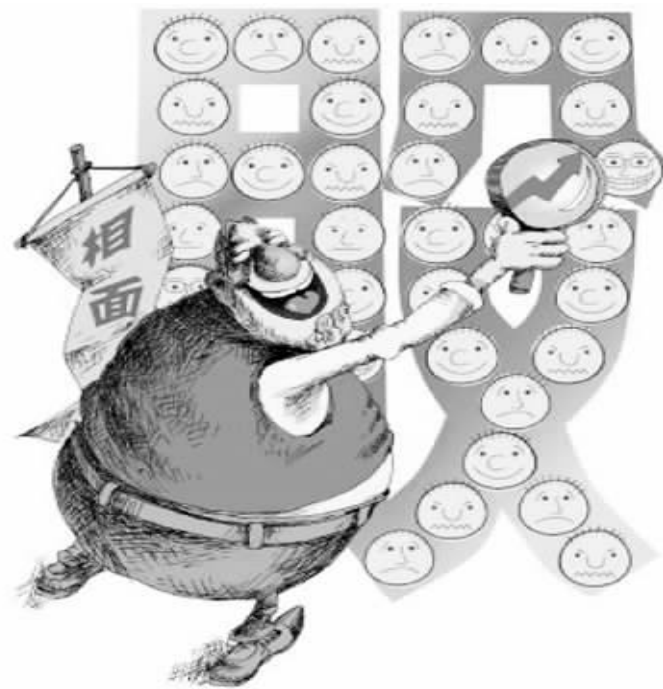
“如果参照近年市场变化,该大户必然是对各位私募基金经理风格异常了解,知道人家什么时候赚钱,什么时候亏钱。”老刘猜测。近两年一些操作灵活、专注于成长股或者主题概念的私募基金经理,其管理的产品业绩普遍不错。

值得注意的是,私募基金产品有一条神奇的业绩爆发线。融资评级高级研究员何卫玲表示,一般私募基金经理在操作时,在没有积累足够的“安全垫”之前,操作风格会比较谨慎,一旦积累了足够的“安全垫”,风格就会变得积极,这个时间点往往是产品业绩爆发的起点。

“而一般的安全垫,大致可以参考110%的业绩线。业绩在这个位置时,私募基金经理就敢于大胆进攻。”何卫玲说。

此外,何卫玲表示,还可以将私募产品业绩提成时间作为节点。比如某只产品业绩为1.5元,提成后约为1.4元。下一次该私募业绩提成的前提条件是,产品净值需突破1.5元,在冲破前期高点前这段时间,私募基金经理往往有极强的进攻性。

总结起来,神秘大户其“面相”神技可归纳为两条:一是熟悉各位私募基金经理操盘风格;二是熟悉行业规则,知晓业绩爆点。



## “炒私募”如悬崖边舞蹈

事实上,从实际操作看,低买高卖炒私募是一项难度很高的操作。从过去几年的情况看,冠军私募频频易主。例如2012年业绩冠军银帆投资,目前其合伙人之一王涛已离开,而从今年业绩看,其旗舰产品“银帆三期”表现惨淡。私募排排网数据显示,今年以来业绩亏损2.56%,而银帆投资借助冠军效应发行的其他数只产品,大多业绩表现平平。

又如2010年私募产品“世通1号”,当年以96.16%的收益率获得私募冠军。随后一年,袁运接踵而至;一边是公司内讧,公司股东争斗不止;一边是产品业绩严重下

滑,该公司旗下3只产品最终在2012年被迫清盘。

再如2009年“新价值2期”以190%的收益率夺得冠军,私募罗伟广成为焦点人物。不过,随后他即遭遇滑铁卢,2011年至2012年,新价值旗下产品业绩全面滑坡,半数产品一度逼近清盘线。

正是因这一“私募冠军难长久”的魔咒,让该大户采取“人弃我取,人取我弃”的策略。老刘说,在介入某只私募产品之后,Y先生会极力推荐其他高净值投资人买人同系私募产品;一旦该私募成为当红明星,粉丝众多之时,Y先生就会选择全身而退。