

# 4100点之上,机构陷入焦虑

## 抢热门股像春节抢红包,跌不下来就“随市场飘”

“现在已经被逼疯了,A股太牛了。”4月13日下午收盘后,一位管理着近百亿规模的基金经理陈峰(化名)感慨,4100点已经打破了大多数研究机构对本轮牛市顶部位置的预判。而这一轮波澜壮阔的牛市行情背后的最大驱动力,则是增量资金的加速入场。

### 增量资金主导战场

“一季度机构集中持仓的品种,纷纷进入调整或者是滞涨阶段。但新增资金持续涌入,不断营造新的热点,前期涨得少、估值比较低的二三线品种沾了概念就涨停。”陈峰说,沪指13日大涨87.40点,但机构则面临跑输市场的尴尬。

4月13日,两市共有415只股票以下跌收盘。其中,排在跌幅榜前列的是机构高度持仓的品种,如上海钢联、蓝色光标、京天利、亚太科技等。

“现在A股市场的玩法是遵循比价效应寻找补涨品种。”陈峰举例,万达信息是医疗信息化的龙头品种,市值超过500亿元。有一些企业宣布要进军医疗信息化产业,直接就给100亿市值的估值,股价直奔涨停。

“一线龙头滞涨,二三线炒概念的品种暴涨”的现象让一批基金经

理开始放弃持仓的品种,转而追逐新热点。

“现在市场切入到了简单粗暴的资金疯炒期,只要沾了热门概念股价就上涨。”北京一位基金经理说,对于近期暴涨的题材股,他内心并不认同。但现实的尴尬是,组合的重仓股不涨,基金净值跑输指数,这让其内心无比纠结。

基于业绩和排名的压力,更多基金经理选择换仓追逐市场热点。只要有卖方和买方研究员推荐新的热点品种,他们会积极换仓。

“当前的策略是尽量卖出一一些前期涨幅比较大的品种,换成最近一年涨幅比较小、估值比较低、可以讲新故事的品种,以保持组合的进攻弹性。”陈峰说,近期的策略就是卖出高估值、高涨幅的成长股,转而捕捉低估值、低涨幅的蓝筹股。

### “肉搏战”让基金经理很不适应

不过,对于擅长成长股、偏爱“互联网+”的基金经理而言,蓝筹股的组合是一个非常陌生的领域。

“过去几年都是追着成长股跑,对这些传统行业几乎没有关注。现在要调整持仓组合,只能是被动跟着资金和热点走。”深圳一位混合型基金经理直言,近段时间,机构配置只能被动跟着增量资金腾挪。

对大多数基金经理而言,这是一场令人焦虑又不适应的战役。

“以前的打法是阵地战,大家寻

找合适的地形再慢慢布阵。现在直接一上来就是肉搏战,短兵相接。”

另外一位基金经理这样表达自己对最近市场热点快速切换的不适应。

一个细节侧面反映了机构投资者的苦恼。

“只要是主流卖方研究机构重点推荐的品种,开盘就涨5个点,当天基本都能报收涨停。”上海一位保险机构投资经理说,这就像春节抢红包,拼的就是交易速度,而非对基本面的研究深度。

### 资金加速流入 牛蹄停不了

根据过往牛市的经验,当前A股热点凌乱、概念炒作成风,这是市场短线逼近极限的标志。因此,买方和卖方均预计会有一波技术性回调。但增量资金的入场,无法让牛蹄暂停休息。

伴随A股市场一路上攻,A股开户数不断攀升,两融余额也连创新高。还有很多实业资本的资金通过公募基金、阳光私募产品流入A股。记者采访了解到,无论是老基金的持续营销还是新基金的销售,在银行渠道都是热卖,两天就能募集超过30亿的规模。

基于增量资金的跑步入场,保险、公募及大部分私募基金经理并未减仓。某保险机构投资经理说,现在的投资策略是“随市场飘”。

在上述险资机构看来,A股牛

市已进入加速度阶段,如果没有强而有力的外力因素,牛市不会突然终止。

“我们准备撤退的三个外部指标是:外围环境发生重大变化,如美联储加息等;监管层对A股的态度发生转变;资金流向变化。”前述保险投资经理强调,当前推动A股强势上行的因素是资金。只要资金流趋势不变,则牛市行情还没走完。

上海一位基金经理判断市场出现调整的因素有两个:一是一级市场的无风险利率大幅上升;二是基金发行规模创新高。在他看来,“乐观情绪的高点是个人投资最踊跃的时点。”当市场出现几百亿规模的基金两三天完成募集时,他会转向谨慎。



股民仍在蜂拥入市 CFP供图

### 相关新闻

## 伞形信托受限 借道结构化产品 银行资金变招入市

节节攀升的A股股指,正令各路资金疯狂。牛市氛围中,外国资金正通过多种渠道进入股市。记者获悉,尽管此前被传已对伞形信托收紧配资,但银行资金目前正通过发行结构化的资管产品进入股市,其入市渠道也日趋多元化。

现代快报记者 金萃莘

去年年底,在市场大幅上涨的过程中,通过银行和信托渠道入市的伞形信托配资一度是市场主流的配资方式之一。尽管部分银行已经出招对资金入市去杠杆,但据记者了解,在伞形信托渐渐式微后,银行资金正通过发行股票结构化产品的渠道迅速进入股市。有银行业内人士向记者透露,目前银行发行的投资股市的结构化产品多为银行与私募、基金子公司等合作的形式出现,以资管产品的形式面对客户。

在这类产品中,一般由机构提供劣后端资金,银行提供优先资金,而银行客户通过认购产品的优先收益权获取固定收益。在这类模式中,银行提供给客户的产品年化收益率大致为6%,而银行和私募等机构从中收取的管理费用约为1.5%~2%,因而相较于券商融资融券业务中8%~9%的融资成本,通过该类方式配资的资金成本约为7.5%~8%,相对更低。

而通过该类产品入市的银行资金给予劣后端的杠杆比例大致在3倍左右。也正因为相对较低的成本和稍高的杠杆,使得这类方式迅速风行,渐渐成为银行资金目前入市的主流。对此,有业内人士表示:“当前无风险利率不断下行,银行理财产品的收益率也持续下降,而股市火爆的行情对于银行资金的吸引力非常大,银行通过资金输出获取收益的需求很难被遏制。”

事实上,除了伞形信托和发行结构化产品,银行资金入市的渠道正变得更为多元。某股份制银行理财产品经理向记者表示,银行一直青睐两融受益权的投资,“尤其牛市启动以来,通过投资券商两融受益权的银行资金也非常可观。”

银行资金入市的渠道还不止于此,银行理财产品也成为另一部分银行资金入市的方式。银率网分析师指出,由于股市火爆,各家银行也加大了挂钩股指的保本型结构性理财产品的发行。

据《新京报》

## 南钢大股东 今年来减持超6亿股

南钢股份4月11日发布公告称,2015年4月10日收到公司控股股东南京南钢铁联合有限公司(以下简称“南京钢联”)通知,自4月9日至4月10日期间,其一致行动人南京钢铁联合有限公司(以下简称“南钢联合”)通过上海证券交易所竞价交易和大宗交易方式出售公司股份约1.94亿股,系解除限售存量股份,占公司总股本的5%。

此外,南京钢联及其一致行动人还表示,不排除未来12个月内作出继续减持上市公司股票的安排。今年以来,南京钢联及南钢联合已多次减持上市公司股份。据南钢股份发布的公告,今年以来,南京钢联及南钢联合总计减持数量超过6亿股份,保守来看,二者通过减持南钢股份总计套现金额或超20亿元。

据《证券日报》

## 加多宝坚定推出纪念罐

继加多宝凉茶2014年销量夺金后,加多宝品牌再赢好消息。4月13日,由中国企业品牌研究中心实施的2015年C-BPI中国品牌力指数在京发布,加多宝再次荣获“凉茶行业第一品牌”。对此,加多宝品牌管理部副总经理王月贵表示,加多宝品牌升级推出主题纪念罐势在必行。

上世纪90年代初,凉茶创始人王泽邦第五代玄孙王健仪将祖传凉茶配方独家传授给加多宝后,加多宝就肩负起弘扬凉茶文化,做大做强凉茶产业,把凉茶从岭南一隅推向全国、全世界的使命。

1996年,加多宝首创并推出第一罐红罐凉茶,为凉茶突破地域限制,

走出岭南奠定了基础。同时,在保证凉茶传统蒸煮工艺的情况下,加多宝开创了“集中提取,分散灌装”的大工业化生产模式,并通过360度品质管理体系,有效地保证了凉茶生产的标准化和产品新鲜度、品质、口感的一致性,为此获得了有“食品界奥斯卡”之称的“全球食品工业奖”。

加多宝在品牌和品类推广上也是不遗余力。加多宝多年来一直坚持“大品牌、大平台、大事件”的营销战略,从2004年起便投入巨资在央视等强势平台进行广告投放。并借势一系列重大赛事活动,如2006德国世界杯、2008年的北京奥运会、2010年广州亚运会高级合作伙伴,连续三届独

家冠名《中国好声音》等等,依靠跨界体育、娱乐、文化的多元化营销,不仅让加多宝的正宗内涵根植消费者的心里,成为极受青睐的饮料品牌。

2012年凭借着精准的定位,以及借势《加多宝中国好声音》这一大平台,加多宝成功实现品牌转换。据零点调研公布的数据,品牌转换仅仅三个月,加多宝的品牌知名度已经达到99.6%,成就了加多宝品牌力和销量双双夺金。

面对接踵而至的荣誉,王月贵表示,加多宝品牌力夺金将坚定推出纪念罐的信心。让代表中国传统养生文化的正宗凉茶成为世界认识中国的一张“名片”。据悉,目前加多宝凉茶已出口全球40多个国家和地区,覆盖广度和速度都正在加快。 周非

### 延伸阅读

## 券商对二季度走势一致看多

Wind统计显示,已有20家卖方机构发布二季度策略报告,券商对二季度走势一致看多,只有瑞银证券和中投证券对估值过高的创业板走势看法偏空。

值得注意的是,券商的策略亦由小盘成长股向低价蓝筹股转变。其中,“一带一路”主题有17家券商联合推荐,其次是国企改革、智能电网和工业4.0,推荐券商分别有12家、11家、9家。

据《21世纪经济报道》