

## 长信纯债一年定开债基 今起发行

长信纯债一年定期开放债基10月28日起发行。据悉,该基金投资债券比例不低于80%,不直接在二级市场买股票,也不参与打新股。除了专注债市,还将通过封闭运作力争有效放大收益。同时,产品在符合分红条件的前提下,每个封闭期内至少分红一次,每次收益分配比例为收益分配基准日可供分配利润的100%,每次开放前或可全额分红。

该基金拟由长信基金固定收益部总监李小羽担任基金经理。Wind数据显示,截至10月22日,他管理的长信利丰今年以来以13.10%的回报率高居同类148只二级债基第3名,长信可转债A、C类则分别以13.99%、12.28%的净值增长率位列同类第2、4名。(黄淑慧)

## 博时基金: 企债30赎回率为40%

近日三季报披露后,有关于博时上证企债30ETF于2013年7月11日成立首募34.25亿份,仅三季度内就遭遇净赎回34.04亿份,净赎回率高达99.4%的说法,博时基金解释,此系市场误读,并不符合实际情况。

2013年7月31日,博时基金发布了《上证企债30ETF基金份额折算结果的公告》。公告显示,上证企债30ETF基金份额折算方法为:折算后基金份额持有人持有的基金份额=折算前基金份额持有人持有的基金份额/100,按此方法,折算前基金份额总额为3,424,897,371.00份,折算后基金份额总额为34,248,975.00份,因份额折算影响基金份额减少3,390,648,396.00份。该ETF采取基金份额折算,沿用债券的百元计价方式,便于投资者操作。因此,三季度上证企债30ETF按季报显示的赎回份额为13,680,000.00份,净赎回率约为40%,并非99.4%。(江沂)

## 工银四季收益将第9次分红

临近岁末,公募行业开演分红献礼大戏。天相数据统计,截至10月21日,今年以来市场全部基金分红次数达483次,全年基金分红有望突破200亿元。伴随着分红潮来袭,工银瑞信旗下工银四季收益债券封闭基金将于10月末派发今年第4次红利,每10份基金份额派发红利0.100元,这也是该基金自2011年以来的第9次分红,两年多来累计分红额达每10份2.03元,分红次数和金额均排名封闭式基金前十之列。

良好的业绩是工银四季收益债券封闭基金依照基金契约高频率分红的重要保证。银河证券数据统计,工银四季收益2012年以来13.02%的净值增长率摘得同类桂冠,2013年以来业绩依旧保持良好势头,截至10月18日,该基金过去两年以22.44%的净值增长率,排名同类基金第1。业内人士表示,债市经过二、三季度的连续调整,四季度有望迎来较好的配置机会,建议投资者可中长期配置债市相关品种,可适当关注正在公开发售的工银添福债基。(曹淑彦)

## 添富民营三年期业绩领先

Wind数据显示,截至10月24日,添富民营最近三年的总回报为30.70%,在股票型基金中的排名高居第5位,而同期沪深300指数则下跌28.95%。不仅长期业绩优秀,添富民营基金最近两年、一年和今年以来的业绩排名也位居同类产品前列,表明该基金长中短期业绩均出色。而今年以来,该基金更是实现了近47%的收益,近期为了保护投资者利益,该基金开始限制大额申购。业内人士指出,优秀的选股能力是添富民营能够长期取得超额收益的主要原因。基金经理齐东超以成长股投资见长,在行业布局和个股选择上具有敏锐的捕捉能力。通过扎实的研究和反复调研,在发现符合自己投资逻辑的成长股时,其能剔除短期干扰因素敢于尽早布局。(李良)

责编:张 鹏 美编:王 力

# 首批基金淘宝旗舰店近期上线

## 广发基金等已完成内测

□本报记者 常仙鹤

渠道人士透露,目前基金公司“淘宝店”已经进入最后审核的内测阶段,离正式开张为期不远,第一批基金公司旗舰店最快将于本周开业。淘宝官网显示,已经有32家基金公司挂出旗舰店网页,但是是否均能赶在首批上线仍要看

淘宝方面和基金公司的系统测试工作是否准备充分。

广发基金电子商务部副总经理刘文红表示,淘宝旗舰店的上线对于广发基金来说具有重要意义,广发基金在业务模式上又实现了新突破,电子商务迈出了一大步。

据其介绍,广发基金与淘宝

接触开旗舰店早在余额宝诞生之前就在进行。基金公司淘宝旗舰店开业后,客户的开户流程将得到极大优化。

刘文红介绍,广发基金互联网金融业务目前分两条线进行,一是自身的电商平台即广发“钱袋子”,二是与淘宝等第三方电商企业或平台,展开全新的创新产品。

## 量化投资拨云见日

□本报记者 常仙鹤

基金三季报披露收官,从今年三季度的平均收益来看,一直被边缘化的量化基金终于取得了好于定性投资的业绩,同时,一些增强型指数基金由于采取了量化增强的方法,也取得了不错的增强收益,一改往年“增强跑不赢指数”的局面。业内人士表示,虽然今年市场风格的转换很难预测,但一直被边缘化的国内量化投资正在有所改善。不过,当前量化投资领域两极分化仍然严重,绩优基金与绩差基金相差悬殊。

### 绝对收益实现突破

市场上最早使用量化工具的基金产品为2004年成立的易方达上证50,接着,光大保德信量化核心基金成立,量化基金作为舶来品开始正式出现在国人的视线中。从2009年开始,各大公募基金纷纷涉足“量化”领域。据Wind统计,截至今年10月25日,市场上的量化基金产品不足60只。

从业绩上来看,直到2012年底,量化基金整体上仍未能超越同期沪深300指数增幅。从历史表现来看,依靠模型选股的量化基金并未体现出显著的超额收益优势。

势。不过,今年以来,量化基金产品业绩显著改善。截至2013年10月24日,年内涨幅超过20%的量化基金产品多达6只,华商动态阿尔法、国泰金鼎价值精选年内涨幅更是分别达到52.28%和32.68%。从近三月数据来看,量化产品的平均净值涨幅为11.79%,跑赢同期股票型基金9.94%的平均收益。

除了主动投资的量化产品,指数型增强型基金也属于量化基金产品的一种,其指数基金的增强部分就是使用了量化模型选股。今年前三季度,增强型指数基金也取得了不错的增强收益,一改往年“增强跑不赢指数”的局面。从目前增强型基金最集中的沪深300指数来观察可比效果:据wind数据统计,9只沪深300指数增强基金在今年前三季度的增强收益平均值为0.7%,其中易方达沪深300量化增强的增强收益就高达3.35%,引领同类基金突围。

有业内人士指出,由于量化基金的股票仓位较高,在反弹行情中往往能取得阶段性优势,但在震荡市中由于缺乏择时机制也容易出现大涨大跌的情形。而从今年的情况来看,部分量化基金在“择时”方面已经可以做到灵活处理,舶来品也开始入乡随俗了。

## 业绩分化仍然严重

### 业绩分化依然严重

即便摆脱了“集体沉没”的噩梦,量化基金仍存在两极分化的情况。主动管理型量化基金业绩表现最好的基金和最差的基金相差近14倍,而在增强型指数基金中增强部分的收益首尾相差近3倍。

对于量化基金量化效果相差如此明显的原因,业内人士指出,量化增强策略表面上看大同小异,总结起来不外乎量化选股、行业配置、仓位配置三个方向,其中运用最多的是多因子选股。但是差别就在细节之中,比如同样是多因子模型,内里乾坤大有学问,选择不同因子、不同模型,最后出来的效果千差万别。

易方达沪深300量化基金基金经理罗山表示,今年市场上不少量化模型偏价值,而今年市场风格不巧偏成长,这种风格上的错配可能导致量化增强类基金业绩分化较大。市场风格的转换很难预测,这就要求量化投资团队在构建、测试量化模型时,严格控制风格上的偏离,力求使模型在不同市场环境下都能有比较稳定的超额收益。”罗山介绍,无论市场是牛市还是熊市,也无论市场风格是成长还是价值,或者大盘

还是中小盘,模型都能大概率地战胜基准指数,这才是好的模型。

他认为,要实现业绩的领先和稳定,有两个方面的研究工作非常重要:一是对模型中使用的因子和股价变化关系的逻辑有深入准确的理解,掌握不同因子在不同市场环境下对股价的不同影响。虽然单个因子在不同市场环境表现会有好坏不同,但通过精选在不同市场环境中能互相取长补短的因子构成多因子模型,模型整体的表现将比单个因子平稳得多;二是构建模型的数学基础要非常严谨,数学模型要真实反映策略的本意和要求,准确度量和控制各种风险,只在有把握的方面对指数进行偏离。否则真实的投资组合很可能隐含某些并不想承担的风险,产品的表现就会不达预期。

罗山进一步解释,在市场出现风格偏离时,如果某个激进模型的偏离恰好也在同一种风格上,其表现在短期内一般会优于易方达的模型。但一旦市场风格发生转换,激进模型将迅速失去其优势。因此,在研究和投资过程中,量化基金不应只关注短期业绩排名,而是要追求长期稳定的超额收益,才能成为长跑的冠军。

## 打造优秀平台

# 中欧基金首推“投资专家事业部制”

□本报记者 李良

带来丰厚的回报。”

中欧基金未来最大的竞争优势将来自业绩,而优秀的业绩必将是由优秀的人才所创造。”刘建平表示,中欧基金将更加重视外部人才的引进和内部人才的培养,给优秀人才创造机会和上升空间,做到人尽其才。吸引和聚拢优秀人才,这也是公司提出“员工持股”计划的初衷,就是要改变根本机制。”

中欧基金自去年起实施了“持股计划”,今年则进一步提出了“员工持股”的创新思路。刘建平认为,未来的变革之路在国内基金行业过去的发展中并没有先例可循,并且一定是一条不平坦的道路。只有建立一种全新的工作机制,用良好的机制去吸引各方优秀人才,最大程度地将员工利益和公司利益绑定在一起,才能激发出优秀人才的工作激情,变博弈关系为合作关系,真正做到风险共担、利益共享。”关于“员工持股”计划,目前正在和股东进一步商讨相关的细节。”刘建平说。

### 聚拢优秀人才 追求市场阿尔法

基金行业的竞争,未来会在业务的各个环节开展。而中欧基金对于自身的发展已有清晰的方向。未来中欧基金的行业定位是要努力成为一家聚焦大中华的多策略主动投资精品店,为客户提供稳定的高阿尔法投资产品、解决方案和专业化的服务。”刘建平表示,公司这几年一直朝着这个方向努力,并得到了股东和管理层的一致认同。我们想做的是回到资产管理的本质——为客户创造价值,用一流的业绩给投资者

### 推行事业部制 打造高效平台

最大程度发挥主动管理的专业优势,为客户获取超额收益。”为了达到这个目标,除了通过机制吸引人才之外,刘建平强调还要完成平台的改造,实现权力下放、精简层级、简化流程,通过扁平化管理以提高整体运作效率。投资要做的其实就是信息的获取与处理。而信息在传递过程中,难免会出现损耗、扭曲现象,处理环节越少,效率就越高。因此,我们要保持组织精简、层级扁平来提高信息处理效率”。

组织结构要服务于公司目标。刘建平介绍,中欧基金近期将在组织架构上进行变革,尝试推行“投资专家事业部制”,创国内基金行业的先河。事业部制的优势在于让最优秀的投资专家有更独立的决策空间,使他们能够调动足够的资源,把所有精力聚焦到投资业绩上,减少其它事情的干扰,将个人利益和客户利益充分绑定,从而提高投资业绩。围绕投资事业部,公

司将调整公司整体组织结构并优化各种管理流程,提高其它团队为投资专家事业部服务的效率,建立一个能够吸引和保留最优秀投资专家的体系。”

在此架构下,公司对于员工本身的要求也在提高。我们希望所有员工都能不断学习、创新,增强自身管理能力,成为各自领域的专家,有清晰的目标,能自我激励去完成任务。希望中欧基金这样的平台,能让更多的员工尽快成长,独当一面。同时,也欢迎更多的优秀人才加盟到这个平台中来。”

刘建平表示,随着今年公司董事会完成换届,中欧基金将进入发展的新阶段。现在正值行业变革初期,是一个很好的发展时机。相信在股东的全力支持下,公司全体人员群策群力,一定能打造一支志同道合的优秀团队,也建立起令人期待的公司文化。”如果用一句话概括这个团队的“中欧文化”,刘建平认为是“追求最好的业绩,成为最专业的人才,打造最高效的平台”,言语之间,充满信心。