

水煮基金

私募基金营销亟须升级

□本报记者 黄莹颖

与公募基金比较,私募基金业由于在投入等方面的限制,在营销方面鲜有成功案例,大部分私募基金在营销方面仍处于较低级的水平,未来随着私募基金的正规化,在产品营销、公司营销方面也亟须升级换代。

此前,阳光私募基金的整个营销模式基本上是跟随或仿照公募基金的营销模式,但是由于实力小,往往在人力物力的投入上,又远远小于公募,这实际上就造成了目前私募基金营销普遍缺乏合理完整的营销体系。目前国内的私募基金主要依赖于信托、银行、券商、第三方理财等机构的代销,以及部分直销。

对私募基金而言,直销是成本最低的模式,不过从了解到的情况看,直销针对的实际上只是私募基金原有的客户资源积累以及由此衍生出来的少量新客户。这部分新客户需要相当长的时间建立对私募基金的信任度,而私募基金也需要较高的时间成本。

相对直销,依赖于信托、银行、券商、第三方理财等机构的代销模式,一方面成本较高,另一方面,面对信托、银行这一类大机构,私募的议价能力比公



漫画/万永

募还要弱势,机构也普遍缺乏持续营销的动力;而第三方理财机构,由于行业较为混乱,充斥各类不良机构,尚未看到其有足够的开拓新客户能力。

去年,天弘基金与支付宝成立国内首支互联网基金“天弘增利宝”,在不到一年的时间里,单只基金规模已超5千亿

元,而天弘基金也一跃成为公募基金最大的公司之一。其后,一大批金融机构也通过类似的模式设立互联网金融产品。不过遗憾的是,截至目前,尚未看到阳光私募机构在互联网金融上有所突破。

大部分阳光私募产品往往有鲜明的个人投资风格,新产品的设立思路

仍停留在最为原始的1.0模式,即先有产品,然后再寻找对应的客户。除去部分私募通过设立微博账号、微信账号等方式进行推广外,目前阳光私募在互联网金融浪潮下,并没有找到属于自己的营销模式。有阳光私募人士表示,在营销模式上,互联网金融和私募

热点直击

网络改造进程提速 基金51亿重配IPv6概念股

□金牛理财网研究中心 李艺菲

4月17日,2014全球IPv6下一代互联网高峰论坛召开。工信部表示将联合产业相关部门持续推进网络与网站的改造进程,加快移动互联网IPv6商用化进程,涉及的投资预计将超过200亿元。目前,我国在IPv6的推进方面已走过了试商用阶段并进入了网络和平台规模改造、新型应用和用户规模持续扩大的规模商用阶段。二级市场上,卫士通、东软集团等通信和网络平台建设相关公司均将受益。主动股混型基金去年四季度在通信和网络平台建设股中的投入虽有所下降,但仍有60只主动股混型基金坚持看好。截至2013年底,主动股混型基金在该领域投入总市值超51亿元。

金牛理财网根据最新公布的基金年报整理了主动股混型基金配置IPv6概念股的情况。数据显示,截至2013年底,共有60只主动股混型基金重仓配置了10只IPv6概念股,分别为网宿科技、中兴通讯、东软集团、浪潮信息、启明星辰、中国软件、星网锐捷、卫士通、烽火通信、1金鹰成份优选混合、中创信测、1国投瑞银融华债券

捷、卫士通、烽火通信以及中创信测。

具体看来,为各类网站提供配套的互联网业务平台综合服务的网宿科技获得21只基金抱团持有。该公司也将是此次IPv6推进进程的直接受益公司。银河蓝筹股票持有该股占净值比例高达9.02%居首;易方达科讯股票和融通行业景气混合持有该股占净值比例也分别在6%以上,集中度较高。

通信业龙头股中兴通讯和医疗信息化平台建设龙头企业东软集团各获得12只基金的重配。大成创新成长混合持有中兴通讯的总股数和占净值比例均居首位,共计持有3203万股,占比达5.96%。光大保德信新增成长股票和嘉实周期优选股票持有该比例也较高,均在4%以上。持有东软集团占自身净值比例最大的基金为华商量化精选,达到5.04%。中银策略股票、华安宏利股票、华安安顺封闭以及中网宿科技、中兴通讯、东软集团、浪潮信息、启明星辰、中国软件、星网锐

养基心经

怎样踏准轮动节奏

□陆向东

与各种股票齐涨共升的牛市不同,震荡市的显著特点之一就是此起彼伏的轮动。这既可能体现在大盘蓝筹股与中小盘股票之间,也可能体现在不同行业之间,由此也导致基民只要在不同基金品种或购买时机选择不当,则很可能会面临先盈后亏的窘境。

自2012年12月4日至2013年2月4日,某金融地产指数基金净值增幅达到28.61%,而在此期间,某重仓酒类股票的主题基金累计净值增幅只有12.87%,某重仓投资中小盘股票的基金更是只有11.34%;然而,金融地产指数自2013年2月5日起转为反复震荡盘跌,与此同时,重仓配置了新兴产业和中小盘股的基金却一路逆势而上。截至6月底,重仓投资了新兴产业和中小盘股的基金平均收益率超过32%,重仓持有金融、地产、能源类股票的基金则平均亏损19%。

大部分基民都喜欢通过观看电视专题节目,浏览财经网站上发布的相

关新闻报道尤其是专家观点来做出或买或卖的决定。殊不知,某些专家的个人观点固然可以或多或少影响一部分基民的投基行为,但绝不足以决定市场的中长期趋势。因而,将某些人的主观分析判断作为选择基金品种和决定购买时机的理由是导致你陷入先盈后亏窘境的第一种原因。

许多基民不论是在买基金之前,还是持有过程中,甚至在完成了卖出操作后,都只是密切关注手中基金净值的短期涨涨跌跌,至于在相同时间段内其他类别基金甚至存在“跷跷板”效应的基金处于何种状态,是否会对你所持有的基金构成冲击,则根本无暇顾及。因而,监控视线过于狭窄,只见树木,不见森林,以致既可能屡屡错过绝佳的购买机会,还可能一再错失及时规避风险的机会,是导致你陷入先盈后亏窘境的一种原因。

那么,怎样才能踏准轮动节奏呢?首先,应根据实体经济所处的阶段、政府出台的相关经济政策以及货

基金2013年四季度重仓持有IPv6概念股情况			
个股	配置概念股基金数(只)	持有股数最多基金	持有占净值比最高基金
网宿科技	21	嘉实研究精选股票	银河蓝筹股票
中兴通讯	12	大成创新成长混合	大成创新成长混合
东软集团	12	嘉实研究精选股票	华商量化精选
浪潮信息	9	南方绩优成长股票	中银策略股票
启明星辰	5	浦银安盛价值成长股票	富安达优势成长股票
中国软件	4	宝盈策略增长股票	海富通中小盘股票
星网锐捷	3	华夏收入股票	华商红利优选
卫士通	3	泰达宏利成长股票	泰达宏利成长股票
烽火通信	1	金鹰成份优选混合	金鹰成份优选混合
中创信测	1	国投瑞银融华债券	国投瑞银融华债券

数据来源:金牛理财网根据基金2013年年报数据整理

制表:李艺菲

略股票和富安达优势成长股票持有比例居前。将中国软件、星网锐捷以及卫士通纳入重仓股的基金分别有4只、3只、3只。海富通中小盘股票、华商红利优选、泰达宏利成长股票依次重配了这三只个股。烽火通信和中创信测分别被金鹰成份优选混合和国投瑞银融华债券重仓。据最新披露的2014年一季度数据显示,卫士通和启明星辰引起了银河银泰混合的关注并被纳入重仓股行列。

整体来看,去年四季度持有IPv6概念股数量最多,比例最高的基金为华商红利优选。该基金持有浪潮信息、

难以嫁接的原因在于,私募的个人风格化浓厚,银行、互联网等渠道对客户

的说明和推荐难以实现自助的方式。值得注意的是,国内很多的阳光私募,对于营销的理解大部分还停留在一次营销层面,往往集中在新产品成立前。营销手段也非常单一,基本看不到持续的营销计划。当然这也是大部分阳光私募在实力受限的情况下,基于节省成本的一个被动选择。

一个细节是,与公募机构投资总监乐于在公共媒体宣传不同,大部分私募机构并不愿意出面接受媒体采访,对此有私募老总曾表示,虽然宣传很重要,但是业绩才是第一位的。”过往三年,该私募并未曾在公开媒体发表过任何观点。

近日,随着第五批私募基金登记完毕,转正的私募基金机构数量已蔚为可观,在可预见的数年内,私募基金业的整体规模也会超出想象,在行业突飞猛进的背景下,如何在互联网金融的大背景下抓住机遇扩充实力,这是私募大佬们需要思考的问题。专心做业绩是基础,但是如果还停留在过时的营销模式上,只顾闭门造车,对公司的成长显然并不是好事。而如果能在互联网金融上有所突破,势必也能成为私募基金的“天弘”。

金牛观市

农银汇理基金 业绩超预期成长股受青睐

A股市场行情未来两周主要来自经济政策的博弈,成长股业绩超预期的公司将受到青睐,因为前期已反映了很多悲观预期。政策博弈角度今年主要关注三个区域,京津冀、新疆、福建。另外,由于制度上对并购审核放松,建议个股重点关注并购预期的股票。

年初以来的流动性宽松将随着季节性的财税上缴,资金需求回升而回到中性水平,流动性推动力量也将减弱。因此,利率债短期看不到趋势性机会。产业债方面,新一波评级下调潮即将到来,下调规模或超去年,中上游行业将成为评级下调重灾区。违约风险来看,四季度成为公募债违约的敏感时点,关注赛维和华锐信用风险。城投债方面,中高评级城投债作为高票息且相对安全的品种,具有不错的配置价值。

摩根士丹利华鑫基金 关注低估值传统品种

近期蓝筹股在沪港通利好推动下大涨,而得益于众多重组股的示范效应,成长股表现也较好,并没有追随纳斯达克指数大跌。在表现较好的行业中,非银金融主要受沪港通利好推动,保险和券商股大涨;食品饮料经过前期的调整之后,目前又进入价值投资区间,而沪港通对于白酒类低估值高分红公司的股价也有促进作用;家电板块龙头公司业绩大幅增长,且板块估值较低,带动整个行业上行;国防军工则与发动机专项的推出预期有关。房地产前期表现强势,李克强总理在博鳌论坛表示不会出台强刺激政策,上周开始弱势整理,表现尚属正常;纺织服装板块近期公告的业绩差强人意,投资者对行业的恢复缺乏信心。

当前稳增长预期和沪港通试点支撑了市场的反弹,这种反弹的稳定性并不强。尽管市场已经基本消化经济数据的不利因素,但即将公布的一季度数据可能还会带来一定冲击。我们认为未来的投资重点仍然是那些估值合理、市场潜力巨大的优质成长股;考虑到市场风险偏好下降,部分低估值的传统品种也值得关注。

南方基金 央行释放宽松信号

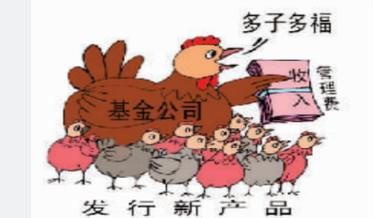
国内经济出现短期企稳迹象,同时,在政府坚持稳增长背景下,央行连续释放宽松信号。易纲副行长表示,利率市场化条件并不成熟,因此,市场估计推进速度会有所放慢,市场利率难以再现去年两次钱荒时的冲击;同时,周小川行长表示,如果经济出现大幅下行,央行可以动用类似美联储的量化宽松政策,稳定金融系统和宏观经济,打消了市场投资者之前对经济下滑的过度担忧。

经济经过前期大幅下滑后,短期有所企稳,同时,政府也在陆续推出相关稳增长政策,因此,大盘短期向下风险较小,仓位上的警惕可以有所放松。结构上,继续坚持能对冲经济周期的新兴成长行业,以及估值足够低,即使经济下行也有一定的安全边际的周期行业,同时受益沪港通资金流入的板块和标的值得关注;年报和一季度报披露高峰期,业绩确定性高的汽车、家电等行业中的快速增长个股也值得关注。

画说市场



盾与枪 陈定远



超生发财 夏明



大树底下好乘凉 陈英远



基金“老鼠仓” ICLONG

投基有道

宝类货基渠道背景多样 收益分化明显

□济安信信 王群航

截至2014年2月28日,货币基金的总规模已达14233.79亿元,成为当期基金市场上规模最大的基金品种,宝类货基的快速扩张对此功不可没。然而,关于宝类货基,市场的报道与评述非常之多,但一直没有一个统一的标准。

济安信信基金评价中心认为宝类货基应该是:通过互联网平台的现金管理账户,面向普通投资者进行销售,且该账户支持快速赎回等其他业务。至于专门服务机构投资者的产品如银联天天富,将另做统计。作为互联网金融领域里的一个重要分支,宝类货基以互联网为主要或唯一销售渠道,基于渠道背景的不同又能分为三种:外部网站宝类货基,基金公司直销平台宝类货基,银行系宝类货基。

第一,外部网站(相对于银行和基金公司的网站而言)。受阿里余额宝——天弘增利宝货币市场基金规模超级快速膨胀的启发,许多外部网站纷纷发起设立各种宝,或类似余额宝宝的产品,并对接一只或多只货币市场基金,这些货币市场基金既有“老产品”,即在余额宝之前成立的产品,也有“新产品”,即在天弘增利宝之后成立的产品。

第二,基金公司直销平台。基金公司利用自己的直销渠道嫁接自己旗下的某只货基,也趁机时髦地号称宝类货基。同样,这其中既有少量的“新产品”,更有大量的“老产品”。事实上,基金公司直销平台推出现金管理账户来对应货币基金并支持快速赎回,其历史要早于余额宝,只不过各个直销平台由于自身客户数量有限,制约了其发展。

第三,银行系。还是受余额宝规模超级快速膨胀的启发,一些银行也与基金公司合作,利用自己的客户资源发展宝类货基。目前,银行系宝类货基的数量较少,对应的货币基金大多是自己控股的基金公司发行的定制产品。

2014年第一季度,受宽松环境的影响,资金价格有所下行,带动货币基金的整体收益率不断下降,但即便如此,货基的总体收益率仍处于较有史以来的最高水平区间。由于市场惯例对货币基金业绩统计需要留有一个月的建仓期,即2013年12月1日以后成立的货基不符合条件,故纳入本期统计范畴的货币基金共有85只,其A类份额在一季度的平均收益率为1.2063%,年化收益率为4.8252%。

外部网站宝类货基、基金公司直销平台宝类货基、银行系宝类货基在今年第一季度的平均收益率分别为1.3125%、1.2309%和1.4435%,年化收益率分别为5.25%、4.9236%、5.784%。对于这些宝类货基本期的绩效情况,我们有如下分析:

(一)宝类货基的总体收益领先,无论是哪一种渠道背景的宝类货基,本期收益率都优于全体货币基金的本期平均。这种情况的出现,一方面是因为宝类货基都是各个网络渠道在所有货基中的优选;另一方面,虽然2014年一季度资金价格有所下行,但由于宝类货基多为2013年下半年成立的“新产品”,且这些货基由于当时较高的协议存款利率而多数阶段性地集中加大了对于协议存款的投资比例,从而促使这些基金在本期有较好的收益表现。

(二)从分类排名情况来看,银行系宝类货基当期的平均收益率最高,外部网站宝类货基次之,基金公司直销平台宝类货基垫底。三种宝类货基之所以会出现如此分化,与这三种宝类货基的组成结构有关。

银行系宝类货基里的“新产品”占比最高,同时还能够得到股东方面的大力支持,并且,即使有一只“老产品”,这也是老牌绩优货基——南方现金增利货币,这使得此类基金一季度的整体业绩表现最好,三只产品在全体货币基金的大排名中分列第4位、第5位和第11位。

外部网站宝类货基的本期收益率分化明显,是因为“新产品”、“老产品”均有,且比例相当,虽然该类基金中包含了全体货币基金一季度收益率前十名中的六只,但“老产品”,尤其是投资存折比例不高的“老产品”的较多存在,使得外部网站宝类货基本期的平均收益率排在第二位。

基金公司直销平台宝类货基本期的收益率最低,主要原因在于其自身内部的“老产品”数量居多,而“老产品”本期的平均收益率总体上低于“新产品”,造成这种情况的原因,在于“老产品”由于之前的投资结构和策略惯性,在去年年底对于当时利率较高的协议存款配置的相对较少。

我们认为,未来,由于提前支取协议存款不罚息这个优惠政策的取消,不仅仅这三种宝类货基之间的收益率差距会缩小,同时,随着互联网金融热的被降温,“新产品”与“老产品”之间的收益率差距也将会逐渐缩小,货基整体的绩效排序背景将会重写,历史收益率真正能够稳步长期领先的产品终将会胜出。

征稿

本版邮箱 qiu212345@sina.com
这是一个基民互动园地,欢迎基民踊跃投稿。

《投基有道》欢迎专业人士介绍购买基金盈利的机会和窍门。《养基心经》欢迎读者就有关基金的话题发表高见,讲述百姓“养基”过程中的经验教训、趣闻轶事和心得体会。《画说市场》则是用漫画来评说基金。来稿请尽量以电邮的形式。
地址:北京宣武大街甲97号中国证券报周末版《基金天地》
邮编:100031