

上投摩根纯债添利今起发行

上投摩根旗下第八只设置了强制分红条款的纯债添利债券型基金将于12月1日起发行，届时投资者可通过建设银行等代销机构、上投摩根直销中心及官方网站认购。

公告显示，上投摩根纯债添利专注债券，不从二级市场买入股票或权证，也不参与一级市场新股申购或股票增发，但可通过投资可转债受惠股市红利，波动相对更小，风险相对更低，为投资者争取更高回报。同时，上投摩根纯债添利设置了“强制分红”条款，约定每季度末每份基金份额可分配利润超过0.01元时，至少分配一次，每次基金收益分配比例不低于期末可供分配利润的50%。值得一提的是，上投摩根纯债添利拟任基金经理为上投摩根债券投资部总监赵峰。（李良）

英大现金宝货币基金今起发行

英大基金首只货币市场基金英大现金宝将于12月1日-5日在建设银行、广发银行、英大证券等银行和券商及英大基金官网公开发售。

该基金投资于货币市场工具，主要包括现金、一年以内（含一年）的银行定期存款、大额存单和通知存款、剩余期限在397天以内（含397天）的债券、期限在一年以内（含一年）的央行票据和债券回购、短期融资券等其他具有良好流动性的货币市场工具。

拟任基金经理张琳娜表示，货币市场基金投资的品种风险最低，能为本金的安全保驾护航；且申赎方便，流动性比较强。此外，货币市场基金的收益率一般高于国债和银行短期存款，基本可抵御通货膨胀；同时货币市场基金按日计提收益，能够有效避免银行定期存款不到期取出的利息损失。（张洁）

百发100基金今日开放申购

广发百发100指数基金将于12月1日开放申购。有专家表示，随着央行宣布降息，互联网宝宝们收益持续下跌，股市连续走强，通过大数据选股的广发百发100基金开放申购或备受投资者青睐。

资料显示，10月20日广发百发100指数基金首募第一天认购超13亿，第二天上午便达到18亿元的首募上限，堪称互联网权益类基金产品的“爆款”。12月1日，封闭建仓1个月后再度打开，上次没有抢到的投资者们可通过广发基金网上直销平台、百度金融及兴业银行等渠道抢购。

从广发百发100指数基金进入封闭期起至11月26日，不到一个月的时间里，百发100指数已经从8636.04点涨至9289.58点，增长7.56%，大幅跑赢同期主流指数。（常仙鹤）

责编：张洁 美编：王力

□本报记者 曹乘瑜

11月30日，央行、国务院法制办就《存款保险条例（草案）》（以下简称“征求意见稿”）公开向社会征求意见。其中规定对投保机构采取差别费率，各投保机构的适用费率，由存款保险基金管理机构根据投保机构的经营管

理状况和风险状况等因素确定。

有观点认为，缴纳存款保险将影响银行股利润。对此，公募基金经理认为，这一消息对大银行来说，影响不大，预计对大银行采取的费率较低，但是对中小银行的利润或有影响。长期来说，对银行未来发展环境一定是利好。短期影响则偏中性，因为

市场早已对此有所预期，银行股股价对此也早已有反应。

“周一银行股估计会低开，但是随后会大涨。”北京某基金公司的基金经理表示，这一制度实际上利好银行股。“存款保险制度是利率市场化根本基础，存款有了保障，银行可以破产，所以存款保险制度是利率市场化的最后一步，银

行板块不会再有政策利空了。”

不过，也有基金经理认为，随着周日推出征求意见稿，降准的消息可能会推后。“短期内集中出台太多重大政策，对市场影响太大。”北京另一家基金公司混合基金的经理表示。上周五，受降准预期影响，上证指数大涨1.99%，多只银行股涨停。

天弘基金肖志刚： 股票投资要让数据“发声”

□本报实习记者 徐文擎

天弘基金投资研究部总经理、天弘永定价值成长基金经理肖志刚日前在接受中国证券报记者采样时透露，投资研究部近期新设了数据研究部，这个创新部门的设立将在拓展数据来源、丰富投资逻辑和提升对数据的计算与处理能力三个方面，提高天弘在权益投资方向的竞争能力，让数据“发声”。

数据研究创新股票投资

肖志刚称，目前有8个人在数据研究部工作，主要为股票研究提供海量的数据支持。利用大数据，可以通过算法、模型来逐个处理，把一些细分的数据例如单车销量、市场份额等纳入算法和模型中，进行智能化的数据分析，还可以出可视化的结果。

“形象点说，以前靠人来看数据，赚的是日K线的钱，现在加上大数据的力量，周期可以更长一些，可以赚周K线或者月K线的钱，而且未来还会走向平台式的发展，同时拓展数据来源，包括行业协会、统计局等公开信息。”

他描述道。

大数据的力量不仅体现在对信息的处理方面，还可以在保存信息、丰富投资逻辑上有所贡献。例如，研究酒店类上市公司，通过设计一个小小的计算机程序，便可以将每日的房价数据保存起来，在样本量足够丰富时利于长线的分析，通过各种算法使数据达到“多用化”的目的，使投资逻辑丰富起来。

“以前手工时代，处理的数据量和负责程度都有限，在互联网时代，大数据、云计算等手段可以加强信息的广度、深度和速度，数据可以自动做出我们需要的信息，提升了人的数据处理能力。”肖志刚说。

股票买卖看重相对优势

金牛理财网数据显示，肖志刚任基金经理的天弘永定价值成长股和天弘周期策略股票都2-3倍于同类平均业绩，在进入排序的366只股票型基金中十分靠前。在这两只基金的重仓股中，农业股占比均近乎25%。当被问是否对农业股投资有特别的“秘诀”时，肖志刚说，他和他的团队只是会看重买卖股票的

相对优势。

“逻辑其实很简单，大资金要买性价比高的股票，在性价比低的时候再卖出去，买散户没买的，才能有相对优势。互联网概念的股票现在大家都有，农业股大家持有比较少，所以现在处于性价比比较高的时候，对投资将会有吸引力。”肖志刚解释道。

近期，因为政策面等多重因素的驱动，A股牛市的呼声越来越高，肖志刚称，虽然居民的风险偏好在下降，但股民的风险偏好在上升，一级投资者看产业资本双驱动，是高估值股票的原住民，二级市场主要看指征，现在的情况是散户只能炒政策、概念和板块，机构必须凭借自身的投研实力，精选个股，创造更多价值。

对于沪港通，肖志刚认为它的短期影响是一次性的，目前预期已经兑现，长期影响要观察，未来某个时间节点可能会加大市场波动。“这就像在杭州和黄山之间修建了高铁，节假日是基本面，在节假日来临时，高铁对黄山节日人气的高点和低点会有影响，但不影响方向。”

金牛基金指数 双双涨逾4%

上周在央行意外降息的推动下，市场迎来普涨行情。直接受益的蓝筹行业一马当先，非银金融、银行以及房地产业涨幅分别达到了18%、15%、12%，煤炭、建筑、钢铁、有色等行业涨幅也均在5%以上。同样受央行降息及调低正回购操作利率20BP的综合作用，债券市场在前一周的小幅回调之后再度踏上牛市征途。

基础市场的大幅上行进而推动了金牛基金指数的快速上涨。其中，金牛股票20指数涨幅达到了4.58%，金牛偏股20指数涨幅则为4.07%。2014年5月1日在将最新一届的获金牛基金纳入评价范围之后，两条金牛基金指数均完成了样本的更换。从其累计涨幅走势来看，截至2014年11月28日，金牛股票20指数、金牛偏股20指数期间累计上涨2074%、1910%，年内涨幅则分别上升至14.99%、13.01%，中长期业绩表现持续出色。

金牛理财网偏股型基金指数上周转而大涨5.20%，指数股票型基金指数表现显著优于主动偏股型基金指数，两者涨幅分别为6.40%、4.73%。债券型基金指数同样大涨1.64%。（何法杰）

天弘基金丁学梅：

绽放自我，走出不一样的媒体人转型路

基金公司的很多PR是媒体人转型过来的，天弘基金品牌管理部总经理助理丁学梅便是其一。有人说她一脚踩在了火箭上，进入全国第一大基金公司，27岁就已成为公司最年轻的部门主管之一。可是只有深入接触她的人才知道，机会总是要努力才会抓得到。

初识丁学梅，很难想象，这样一个瘦弱的身躯里，怎么装下如此巨大的能量。她总能将纷繁复杂的工作梳理得井然有序。有同事要举办一个会议，酒店查了很久，丁学梅不需查电脑，就脱口而出对酒店的建议，“北京的酒店宴会厅我都跑遍了，大多场地我都清楚”；别人需要一周准备出来的活动策划，她只需要半天，一份详细的整体方案就完美呈现了，仿佛那些方案就保存在她的大脑里，随时可以输出。除了扎实的积累，她还具备高度的热情，有时忙起来，一天不吃不喝，仍保持清晰思路和高度热情……这样的工作强度，很多男

士都难以做到，而丁学梅以不到90斤的体重，奋战在品牌营销的一线，向媒体、向亿级宝粉及时传播天弘基金的第一手资讯。

“记得2011年刚入职时，总经理郭树强就对我说，酒香也怕巷子深，品牌的力量非常大，是公司的重中之重。”当时丁学梅受到特别大的鼓励，没想到领导会这么重视品牌，于是她不仅高效地完成每一项工作，而且每件事都力争完美。

在天弘基金十周年分享会上，丁学梅回忆道，副总经理周晓明与她的两次谈话对她的职业发展影响很深。“第一次是我工作一年多的时候，周总跟我说，营销策划不是简单地去推广产品，而应该深入业务，真正理解业务，才能把品牌做好。所以从那时候起，我常常扎根电商体系的各项业务，参与了余额宝从无到有的全过程。”

2013年6月初，放风天弘基金秘密研究电

商定制基金，引起媒体关注，6月17日举办了余额宝上线发布会，余额宝一炮打响，而真正让余额宝广泛传播则来自一次危机公关——

6月21日“叫停门”。当天下午，丁学梅恰巧安排媒体采访基金经理，采访结束时，媒体突然问，“余额宝被叫停了，证监会刚出的新闻，怎么回事啊？”丁学梅立刻回应，马上核实，一有消息会立即告诉大家。经核实，证监会并未叫停，只是有部分备案手续未提交齐全，需要补充。经过斟酌用词，她拟的回复里，对监管层，写清了“证监会鼓励金融创新”的态度；对客户，明确了“余额宝业务不会暂停，将继续为广大投资者提供优质的服务”；对公众，说明了“余额宝合作各方会按照证监会的有关规定按时完成后续备案工作”。经过领导的修改，与支付宝的互动，声明稿在当天下午迅速通过微博、官网、邮件等形式发给了媒体，变危为机。

在日常品牌传播工作中，丁学梅也有着天弘独特的玩法。例如余额宝一周年大数据报告，原本一堆枯燥的excel表和数字，在她的巧妙“包装”下，就变成了10张有趣的长图，这不仅需要创意策划能力，更需要对多维度数据的深入理解，以及对余额宝业务发展规律的领悟。“内容要专业，呈现要性感，风格要接地气。”这是丁学梅对互联网金融品牌传播特点的理解。

“周总的第二次谈话是2013年中，当时我们部门只有2个人，周总给我提了要求，要提升管理能力。我也是在那个时候逐渐锻炼起的管理能力。”目前品牌管理部已有6人，丁学梅也从一个人冲锋的女战士，转变为了团队负责人。“我很感恩天弘的平台，希望每个人都能发挥自己的独特价值点，绽放自我，把自己最真实、最好的一面绽放出来。”这是丁学梅的期许。

—CIS—