

华商策略精选募集金额已近50亿元

11月5日提前结束募集

华商基金发布公告称,原定于11月12日结束募集的华商策略精选基金,由于广大投资者认购踊跃,为充分保护基金份额持有人利益,公司决定于本周五提前结束募集。据中国证券报记者了解,华商基金的品牌效应和市场号召力已初步建立起来,上市以来受到市场的热烈追捧,截至10月29日,募集金额已逼近50亿元,即使仅按此数字计算,也可占据今年发行的股票型基金第四名。(姚婧)

大成深证成长40ETF日前获批

大成基金旗下第20只公募产品——大成深证成长40ETF日前获批,将于近期发行。该基金是大成基金推出的第一只采取完全复制法跟踪深证成长40指数的基金,也是业内首只跟踪成长风格指数的ETF。(方红群)

大摩消费领航基金4日起发行

中国证券报记者从摩根士丹利华鑫基金获悉,该公司旗下大摩消费领航基金将于11月4日起正式发行,投资者可在建设银行、招商银行、中国银行、农业银行等各大银行和券商认购。

该基金致力挖掘并投资于消费行业和受消费数量增长及结构变化引领而快速发展的相关行业,以及具有竞争优势和估值优势的优秀上市公司。(方红群)

中证南方小康产业ETF昨起上市交易

国内首只跟踪定制指数、首只可投资股指期货的ETF——中证南方小康产业ETF昨日(11月1日)登陆上交所。

南方基金总经理高良玉表示,南方基金2005年就向中证指数公司定制了中证南方小康指数,这是中证指数有限公司接受基金公司委托定制的首条指数,南方小康ETF及联接基金也是国内首只跟踪定制指数的基金。高良玉称,小康指数是以上交所180只样本股为基础,剔除总市值最大的20只股票后,选择国家战略规划的重点行业,按其综合财务指标进行排序,选择最有竞争力的100只股票作为样本股来编制的指数。(方红群)

大成景丰昨起上市交易

国内首只走创新通道的二级债基——大成景丰封闭式分级债券基金昨日(11月1日)起在深圳证券交易所上市交易。景丰A以0.943元报收,有一定的折价,景丰B则收于1.030元,略有溢价。(方红群)

海富通稳固收益邵佳民:
双保险策略确保稳定收益

正在发行的海富通稳固收益债券型基金拟任基金经理邵佳民表示,该基金将采取双重保险策略,先从风险较低的一级市场入手,经过一段时间的效益积淀,然后再进入二级市场。邵佳民强调,这只基金不是承诺保本,而是采用保险策略。如果是承诺保本的保本基金,它的策略将会非常保守,而采用保险策略,是为了一定程度上降低其风险系数。

邵佳民表示,债券基金可以参与股票、债券、可转债等业务,而其风险指数是低于股票的,这对于大多银行储户将是一个不错的选择。对于20%的股票配置,他会有三方面的侧重选择:选择具有垄断性和优秀管理能力的股票;选择稳定增长,市盈率合理的股票;有自己特色,成长性突出的股票。(李良)

民生加银:
行业轮动比风格转换更重要

近期市场在迅猛上涨后出现震荡,民生加银基金公司投资总监陈东认为,短期内推动周期股行情的促发因素仍然存在,这个驱动力包括以下三点:经济复苏趋势确定、投资者预期人民币持续升值以及主流机构的配置之前显著偏离均衡配置水平。加上三季度经济数据进一步确定了经济稳固复苏的趋势。因此,这将助力周期股反弹行情。

但对于近期热门的消费类股票,陈东仍然看好。基于上述观点,在谈到风格转换的问题时,陈东认为投资首先要考虑的并不是股票的大与小,比风格转换更重要的是行业的轮动。投资应考虑的是行业的景气度与成长性,以及相对这个景气度与成长性,行业的估值是否合理,而不是因为它是大盘股还是小盘股。(江沂)

上投摩根王邦祺:

亚太新兴市场最具投资价值

今年以来,随着海外市场的大幅走强, QDII基金也因此“风生水起”,国内绝大多数QDII产品实现正收益。其中,上投摩根亚太优势表现尤为抢眼。晨星数据显示,截至10月22日,该基金今年以来复权单位净值增长率为11.69%,在所有QDII基金中排名第一。上投摩根QDII海外新兴市场研究及固定收益投资经理王邦祺表示,亚太地区新兴市场被认为是目前最具投资价值的市场。

王邦祺告诉中国证券报记者,截至目前,按美元计算,印尼股市的涨幅已经达到50%以上;泰国市场的表现虽略逊一筹,但其涨幅也曾经达到50%;其他国家如马来西亚和印度市场的表现也非常不错。(李良)

政策组合拳开启基金行业变革新路

独立销售机构迎来发展机遇 新基金公司“先私募后公募”成为可能

□本报记者 徐国杰 上海报道

中国证监会于11月1日发布部分法规并向社会征求意见,其中《证券投资基金销售管理办法(修订稿)》、《基金管理公司特定客户资产管理业务试点办法(征求意见稿)》等与基金业未来发展息息相关。业内人士指出,证监会经过多年调研,吸收各方面经验,进一步完善了相关法规,这套政策组合拳基本取消了基金公司从事专户业务门槛,并有望催生一批专业独立基金销售机构,对于今后行业格局演化将起到重大推动作用。

独立销售机构有望横空出世

销售管理办法的修订,有望催生一批专业独立基金销售机构,改变商业银行垄断基金销售市场的局面,推动公平有序的竞争环境的形成

中国证券报早在8月已独家报道过独立销售机构法规年底前出台的消息,此次《证券投资基金管理销售管理办法》修改后的最大看点,正是独立销售机构的相关内容。

新的销售管理办法规范了基金销售支付结算;加强了对基金销售

机构的日常管理;完善基金宣传推介等。但最重要还是以下两点,首先是调整基金销售机构准入资格条件,对于专业的独立基金销售机构将组织形式放宽为有限责任公司或合伙企业;将出资人放宽至具有基金从业经历的专业个人出资人;将注册资金的要求从2000万元人民币降低至500万元人民币;将具有基金从业资格人员最低数量从30人放宽至10人。

业内人士表示,基金十几年发展下来,在销售市场上基本上以商业银行为主,证券公司和基金直销占比相对较低。虽然基金公司也在大力发展直销和网上交易,保有量逐年上升,但在总量上与银行无法相比。证券投资咨询公司和独立基金销售机构等专业销售机构由于在门槛和资金清算支付等各方面原因,基本没有进展。

资料显示,截至2010年9月底,共有130家机构取得基金销售业务资格。所谓基金销售机构共有四类,第一类是商业银行,第二类是证券公司,第三类是投资咨询机构,第四类是独立基金销售机构,但还未有一家获批。不过在销售管理办法修订后,有望催生一批专业独立基金销售机构与基金销售业务。

其次,该办法还增加基金销售

增值服务费”内容。据介绍,成熟市场基金销售费率较灵活,专业理财顾问服务收取的销售费用通常较高,有的可达5%,而自助服务收取的销售费用很低甚至免收。国内市场费率无差异的机制导致销售机构收入与服务质量相关度低,专业化营销服务缺乏盈利模式,投资者无法获得专业理财服务。因此,办法新设了增值服务费,专业销售机构向投资人提供除法定或基金合同、招募说明书约定服务以外的附加服务可收取相关费用,同时投资人也享有自主选择是否接受增值服务的权利。

先私募后公募成为可能

专户业务资格认定的修改,使得新基金公司“先私募后公募”成为可能,即没有过往业绩的新基金公司先从专户等私募业务做起,在积累了业绩与合规记录后才能取得发行公募产品的资格。沿着这一思路,未来将私募基金公司纳入监管范围甚至也是顺理成章

独立销售机构面世能够帮助基金业拓展销售渠道,而专户业务的修订也是大手笔,基本取消了基金公司从事专户业务门槛。如果是长

期跟踪监管部门发展基金业政策思路的投资者会发现,在这些法规修改的背后可能有着更大的意图。

此次专户业务相关规定的修改主要体现在三个部分,一是降低了单只专户产品的初始规模,由原来五千万降为三千万。二是提高了单个专户产品投资单只股票的市值占专户净值的比重,由原来的百分之十提高至百分之二十,业内人士认为,此举符合投资规模,有助于提高专户产品的灵活性,增强专户产品的竞争力。

最值得关注的是对基金公司能否从事专户业务资格认定的修改上,按照原有法规,拟申请专户业务的基金公司净资产应不低于2亿元人民币,资产规模不低于200亿。征求意见稿则取消了一系列具体指标,只要求经营行为规范且最近1年内没有因违法违规行为受到行政处罚或被监管机构责令整改,没有因违法违规行为正在被监管机构调查。”以及一些关于专业投资人员配置、防火墙建设等规定,这些合法合规的要求基本上任何一家基金公司都有能力达到。这便意味着,原先还要靠冲规模才能申请到的专户业务真正进入所有基金公司。

业内人士指出,在一项新业务起步阶段,对资格作出一些具体的

指标要求是审慎合理的,而在业务发展一段时间后,适时扩大范围也在情理之中。此次专户业务的修订,还可以看出更深层次的意图,尤其是联系到证监会有关人士此前曾明确表态,“正在研究新基金公司从私募专户做起的建议”。

从海外成熟市场来看,没有过往业绩的新基金公司往往也是先从私募专户业务做起,只有合规守法地将业绩做好,才能吸引越来越多的客户。同理,在国内,当你没有业绩,没有品牌时就不要一窝蜂去发公募产品,转而先从专户业务上开始锤炼。其实,对一些新基金公司而言,有股东方支持,先做专户业务,或做股东方资产的投资顾问也并不是什么难事,并且可以利用对这些产品的管理,锻炼出一支真正的有投资理念、有投资能力的投研队伍。

但新基金公司要先从专户等私募业务做起,那么势必要先修改专户业务的资格认定,如今基本取消专户门槛也是朝这一方向前进了一步。事实上,这也是推进基金公司市场化发展、破除垄断的一步。有分析人士认为,新政策还可能为其他后续变革埋下伏笔,比如将私募基金公司纳入监管范围,合规守法、业绩出色的私募基金管理人达到一定条件也可发行公募产品等等。

■ 基金市况

银华锐进领涨场内基金

沪深基金指数1日双双高开高走,全天震荡,成交较前一天交易日略有放大。沪基指收于4864.51点,上涨2.35%;深基指收于5639.93点,上涨2.06%。沪深基指共成交2903万手,总成交金额为32.13亿元。

传统封闭式基金全线飘红。其中,基金安信上涨4.26%,涨幅最大;基金裕阳、基金丰和、基金同益涨幅均超过3%。创新型封基中,14只上涨,9只下跌。其中,银华锐进涨幅4.69%;大成景丰涨幅3.82%;易方达深证100ETF、博时超大盘ETF涨幅超过3%。(李菁菁)

分级首日场内交易,大成景丰分级A大跌5.89%,大成景丰分级B大涨3.52%,表现差异明显。

LOF全面飘红。其中,鹏华盛世创新以5.41%的涨幅领涨;银华内需精选、嘉实沪深300分别上涨3.82%、3.11%,分列涨幅二三位。

ETF也全线飘红,且涨幅均逾2%。其中,易方达上证中盘ETF、鹏华上证民企50ETF、易方达深证100ETF、博时超大盘ETF涨幅超过3%。(李菁菁)

兴业全球视野暂停5万元以上申购

兴业全球基金日前发布公告称,该公司旗下兴业全球视野基金于2010年11月1日起,暂停接受对该基金单笔金额5万元以上的(不含5万元)申购及转换转入申请,且单个基金账户单日累计申购及转换转入金额不得超过5万元(不含5万元)。

对于后市,兴业全球视野基金分析指出,整个证券

市场自2009年8月调整以来,市场最主要的投资线索是两条:一是大消费,二是新兴产业。但传统行业中还有很多板块和个股的风险收益比不错。虽然短期内由于上涨幅度过大,可能会出现反复,但是新兴和传统之间的估值差异缩小是一个大的方向。投资者应致力于从传统行业中继续挖掘低估值的品种。(徐国杰)

广发基金陈仕德: 持续看好资源和消费

11月1日,有色、煤炭板块再次大涨。WIND统计数据显示,10月以来,申万有色金属板块、采掘板块整体涨幅分别为28.72%、29.38%,同期上证综指涨幅仅为12.17%。广发小盘、广发内需基金经理陈仕德表示,行情转换将会持续一段时间,由于全球持续宽松的货币政策,加上中国经济数据比预期好,股市持续上涨将是大概率事件。”

广发小盘发布的三季报数据显示,其所持有的前两大行业分别为制造业(43.15%)

和采掘业(17.81%)。10月以来,广发小盘净值回报率16.88%,涨幅居前。

统计显示,10月,餐饮旅

游、商业贸易、医药生物及食

品饮料板块仅分别上涨

0.02%、0.93%、1.62%及1.75%

大幅跑输沪深300成份股。

我继续看好资源和消费行业,一方面量化宽松政策如果持续,大宗商品的价格将会持续上涨;另一方面,在经济转型、扩大内需的大方向下,未来消费将会是一个新的经济增长点。”陈仕德指出。(杨涛)

中国基金投资者 服务巡讲活动在苏州举行

国投瑞银“安心投资 健康生活”暨2010中国基金投资者服务巡讲活动日前在苏州举行。国投瑞银基金策略分析师葛剑萍在活动中表示,随着世界经济的转型,中国经济的发展模式也要跟着转变,将来经济发展将由单纯追求速度转向注重质量和保护民生,由依靠投资和出口转向依靠消费。在这个过程中,资本市场中的大

消费机会将会凸显出来。

关于投资工具的选择,葛剑萍指出,在结构分化的股市当中,挑选行业和个股比以往更加困难,建议投资者更多选择指数化投资。在绝大多数情况下,指数化投资比个人挑选个股和板块的效率要高得多,从今年7月末开始的这一轮上涨当中,几乎所有的个股投资者都

■ 走进“上证龙头企业指数”

传媒:振翅待飞的新兴产业

2010年上半年,由于三网融合在国务院层面的推出,不仅引发了传媒板块的行情,也使得传媒行业的发展形势更加良好,成为三网融合的赢家。

2004年以来,中国传媒产业取得了长足的发展,特别是近两年,在国家利好政策的不断刺激下,传媒产业的发展开始突飞猛进。

资料显示,2009年中国传媒产业总产值为4907.96亿元,比2008年增长了16.3%。2010年下半年,随着文化消费的不断升级和产业的一系列积极变化,文化产业崛起之势将继续增强,也成为传媒行业估值可以继续向上的主要推动力。据相关研究报告预计,2010年传媒行业总产值将达到5620亿元,比2009年增长14.5%。

随着新的传播媒介和传播技术的出现以及融合,传媒产业目前可以细分为电视媒体、广播媒体、网络媒体、纸质媒体(包括报纸和杂志)以及前景美好的移动媒体等。随着三网

融合政策方案的出台以及试点工作的全面推进,涉及不同类型媒体的传媒上市公司也开始加快了改造的步伐。比如新华传媒原来以图书出版、报刊经营和影像制品为主营业务,现在也开始布局电子书,进军移动手持阅读终端运营的领域,皖新传媒在积极推进书店的“生态创新”、新媒体广告代理业务之外,也开始加快数字化技术的运用,加大网上销售渠道的建设;歌华有线将加快双向网络的改造,推进三网融合相关业务创新应用,同时加强与上游产业的合作,加快内容应用集成,形成更多的盈利增长点。

普遍来看,传媒业成为成熟国家的支柱产业,这一点也被许多国家地区的经济发展历史所证明。以美国和日本为例,2007年美国娱乐传媒产业总支出为87629亿美元,占其当年GDP的6.3%。《2007年电通情报媒体白皮书》的数据显示,2005年日本文化内容产业规模达到250115亿日元,占GDP

比重达到6.2%。而从中国方面来看,2009年中国传媒产业的总产值是4907.96亿元,占我国同期GDP的1.46%,09年末传媒类上市公司共17家,占A股总市值的比例仅有0.505%。无论是GDP中的占比,还是股票市值占比,均远低于发达国家。

目前中国的传媒业发展仍处于振翅待飞的阶段,相信随着经济开放程度的加深,政策的松绑必将迎来新的腾飞,其巨大的成长空间,对资本市场来说是巨大的吸引力。

-CIS-

华安易富“上证龙头ETF

华安易富“上证龙头ETF联接

10月25日起公开发售

华安易富“上证龙头ETF

华安易富“上证龙头ETF联接

华安易富“上证龙头ETF

华安易富“上证龙头ETF