

## ■券商理财

## 优选业绩持久债券型券商产品

□海通证券基金研究中心

今年一季度债券市场保持强势，虽然利率债、高评级信用债进入盘整，但低评级信用债收益率水平下行幅度较大，因此整体债券市场仍延续了去年年底以来的较佳表现。就各债券种类而言，国债指数上涨0.82%，企债指数上涨1.47%，中信标普可转债指数上涨1.12%。在此背景之下，债券型券商集合理财一季度表现优异，截至3月30日，债券型券商集合理财产品一季度平均收益1.71%，超过券商股票型产品的0.22%和券商FOF产品的0.84%。38只今年以前成立的债券产品中37只获得正收益，仅平安证券旗下平安年年红债券宝出现亏损，一季度净值微跌0.09%，表现最佳的安信证券旗下安信理财1号收益率高达4.24%。

由于A股市场在过去两年中表现低迷，长期来看券商债券型产品表现也胜过了券商股票型产品。统计2010年4月至2012年3月两年产品业绩，

近两年表现优异债券型产品				
产品名称	成立日期	所属券商	近两年收益率(%)	近两年收益率排名
金麒麟1号	2009-3-27	兴业证券	14.30	1
中金一号	2010-1-13	中金	12.54	2
安信理财1号	2009-5-22	安信证券	7.52	3
君得惠	2009-9-24	国泰君安	6.85	4
超越理财增强债券	2008-12-18	长江证券	4.70	7

注：同期同类产品共计24只，业绩截止日期2012年3月30日

资料来源：海通基金研究中心

24只债券型产品平均获得0.89%的收益，而47只股票型产品（不包括QDII和FOF型产品）平均收益为-16.58%。从风险指标来看，债券型产品波动率为1.41%，股票型产品波动率为4.40%；最大回撤指标债券型产品为-7.72%，股票型产品为-25.24%。

另一方面，券商债券型产品在费率上较股票型产品更为低廉。大多数股票型产品除了收取1.5%到2%左右的固定管理费用（管理费和托管费）外，还要收取20%左右浮动业绩提成，以安信证券安信理财2号为例，该产品收取1.75%

固定管理费用，并且对年收益率超过6%的部分收取20%的业绩提成。而超过一半的债券型产品不收取浮动业绩提成，且管理费一般只有1%左右。从过去两年来看，债券型产品获得更高收益的同时费用更低，显得颇为“物美价廉”。

我们计算了从2010年二季度到今年一季度各个季度债券型产品的收益率并进行季度排名，统计每只产品排名前二分之一的次数。兴业证券旗下金麒麟1号在每个季度的业绩都排名前二分之一，表现十分稳定；中金公司旗下中金一号有7个季度排名前二分之一，仅在2011年1季度排名第17位；安信证券旗下安信理财1号、国泰君安旗下君得惠、长江证券旗下超越理财增强债券各有6个季度业绩排名前二分之一。我们的目的在于尽量选择在各种市场环境下均有不错表现的产品。因为有些产品可能在某种市场环境下表现优秀，但是在另一种市场环境下则表现较差，而我们无法准确预测未来市场环境，因此在选择产品时要尽量选择业绩延续性好并且业绩优秀的产品。

从费率结构上来看，金麒麟1号、君得惠、超越理财增强债券和中金强债只收取固定管理费，中金一号和安信理财1号除固定管理费外还收取浮动业绩提成。只收取固定管理费的3只产品费率均在1%左右，最高的超越理财增强债券管理费加托管费为1.03%，最低的金麒麟1号费率0.85%。收取浮动业绩提成的两只产品中，中金一号固定管理费仅为0.1%（不收取管理费，只收取0.1%的托管费），但是提取产品收益的16%作为业绩报酬；安信理财1号固定管理费率为0.85%，浮动业绩提成为年化收益超过5%部分的15%。如果各只产品年收益率均为5%，金麒麟1号、安信理财1号和中金一号的费用较为便宜。

由于券商产品一季报尚未公布，从去年年报来看，安信理财1号和金麒麟1号分别持有5.0%和2.8%的股票额度，同时还持有约10%仓位的公募基金份额。考虑到目前A股市场处于历史低位，我们认为持有一部分股票仓位有利于未来提高产品的收益。

债券和中金强债只收取固定管理费，中金一号和安信理财1号除固定管理费外还收取浮动业绩提成。只收取固定管理费的3只产品费率均在1%左右，最高的超越理财增强债券管理费加托管费为1.03%，最低的金麒麟1号费率0.85%。收取浮动业绩提成的两只产品中，中金一号固定管理费仅为0.1%（不收取管理费，只收取0.1%的托管费），但是提取产品收益的16%作为业绩报酬；安信理财1号固定管理费率为0.85%，浮动业绩提成为年化收益超过5%部分的15%。如果各只产品年收益率均为5%，金麒麟1号、安信理财1号和中金一号的费用较为便宜。

由于券商产品一季报尚未公布，从去年年报来看，安信理财1号和金麒麟1号分别持有5.0%和2.8%的股票额度，同时还持有约10%仓位的公募基金份额。考虑到目前A股市场处于历史低位，我们认为持有一部分股票仓位有利于未来提高产品的收益。

## ■银行理财

## 银行理财产品发行量环比下滑

## 短期产品仍是市场主流

□本报记者 陈莹莹

根据普益财富的监测数据，上周（4月14日-4月20日）30家商业银行共发行了227款理财产品，较前周减少52款，环比下降18.64%。

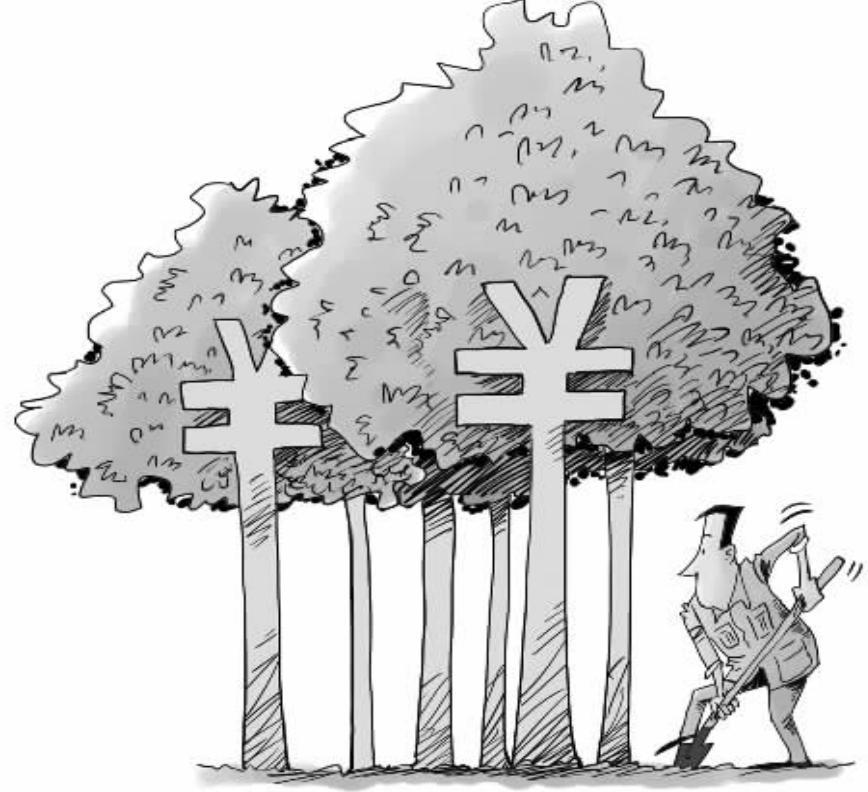
分析人士指出，虽然银行理财产品发行量仍有保证，但今年以来银行理财产品发行量环比下滑趋势较为明显，且各投资期限理财产品市场平均预期收益率出现全线下滑现象。短期产品仍是市场主流，且投资门槛有所降低。

## 短期产品仍是主流

普益财富的监测数据显示，在4月14日至4月20日发行的227款理财产品中，短期银行理财产品占据市场主流。1个月（含）以下期产品共发行7款，市场占比为3.08%，与上周发行数持平，市场占比增加0.57%；1个月至3个月（含）期理财产品发行数为119款，市场占比为52.42%，较上周减少48款，市场占比减少7.43%；3个月至6个月（含）期理财产品发行数为62款，市场占比为27.31%，较上周发行数减少1款，市场占比增加4.73%。

Wind分析指出，市场此前曾一度出现“3月以下期限理财产品受冲击，收益普遍缩水”的观点。然而，事实上短期理财产品并未受到外界传言的冲击，相反2月的发行数量相比1月还出现了大幅增加。

中国证券报记者走访多家商业银行网点时发现，虽然



CFP图片

当前的CPI数据有所下降，但是普通投资者仍旧时刻担心自己的财产缩水。由于去年银行理财产品的收益不错，今年不少投资者还是将自己的大部分资产投资其中，只是在选择产品期限上更钟情于3个月至6个月的短期理财产品。

投资者王女士称，我觉得购买短期理财产品更灵活一点，收益率也还可以，如果着急用钱也能随时拿出来。”Wind数据显示，2012年一季度，1个月内产品到期平均收益率3.67%；1个月至3个月产品到期平均收益率4.96%；3个月至6个月产品到期平均收益率4.79%；6个月至1年产品到期平均收益率4.69%；1年至2年产品到期平均收益率4.20%。1个月以内产品多为“节假日”产品，可视为非正常期限产品。其他正常期

限产品中，1个月至3个月产品到期平均收益率最高，短期产品仍有优势。

## 结构性产品受青睐

分析人士指出，目前银行理财产品的投资标的大部分集中投资于国债、央行票据、协议存款、期货担保金、大宗购买担保金和短期融资券，随着国家对宏观经济的调控、资

金面的进一步宽松，货币市场工具收益率下降，使银行理财产品的收益出现下降。

因此，多位银行理财经理向记者表示，当前大部分银行和投资者，对于那些直接投资股票的理财产品均持谨慎态度，而普遍青睐结构性理财产品，间接分享资本市场投资收益。根据普益财富的监测数据，在4月14日至4月20日发行的227款理财产品中，保本和保证收益型理财产品64款，市场占比为28.19%；非保本型理财产品163款，市场占比为71.81%。

一家股份制银行的理财经理沈月介绍，“今年一季度，我们基本上不怎么销售股票投资类理财产品，将销售重点放在结构性理财产品以及开放式理财产品，尤其是结构性理财产品。”

中金公司最新发布的报告称，今年以来银行保本类理财产品的发行数量占比持续上升。去年四季度，保本类理财产品发行数量在新发行理财产品中的占比为35%，今年一二月已上升至38%和41%。从前两个月银行新增存款数据中也可以看到，个人结构性存款的占比均有不同程度上升。

银行结构性理财产品通常先进行一笔存款，再使用存款利息收益进行投资，以此达到保本目的。因此对于发行此类产品的银行来说，发行结构性理财产品所募集的资金将给银行带来一笔稳定的存款。

## ■投资宝典

钻石上涨  
引发收藏热

□飞鹏

近年来，裸钻定制、克拉钻收藏市场一直呈现出向上态势，坚硬的石头不断吸引着高端消费者兴奋的神经。

出于抵御通胀的考虑，钻石成为去年投资的新贵。来自中国珠宝玉石协会的消息称，2011年之前国际钻石报价每年稳定在10%左右的涨幅，随着中国、印度等新兴市场对钻石的需求激增，以及国际钻石产区原材料产量的下降，导致了国际钻石报价大幅攀升。统计数据显示，2011年国际钻石报价连续多次上调达30%以上，创造了钻石市场近10年以来的新高。上海钻石交易中心数据显示，去年前10个月钻石交易量同比下降两成，但钻石交易金额却同比涨了6成。自去年以来钻石的销售价格一直在上涨，涨幅度在10%以上。根据裸钻品质的差异，1克拉裸钻的价格自6万元至数十万元不等。钻石价值取决于其4C衡量标准，重量、色泽、切工、净度决定一颗钻石的价值。重量是决定钻石价值的首要因素，钻石重量在1克拉以上的才具有收藏价值，因为在欧美银行里，钻石是可以抵押贷款的，除了克拉重量之外，钻石的颜色也很重要。一般来说，颜色要在H级（近无色）以上，净度钻石等级在VS以上，才具备收藏价值。

虽然钻石投资市场吸引了许多投资者的眼球，但是钻石并不是每一个投资者都可以涉猎的投资产品，因为钻石不仅投资起点高，而且投资必须注意很多细节。近日，中国首批“注册高级钻石咨询师”在北京菜百公司正式亮相。中国珠宝玉石首饰行业协会常务副会长兼秘书长、国土资源部珠宝玉石首饰管理中心副主任孙凤民先生说，“注册高级钻石咨询师”是为消费者提供专业钻石消费服务的人才。

目前在国内市场，钻石买卖基本上仍停留在单纯的克拉数、钻石鉴定及认证层面，虽然消费者对此已经有了基础认知和了解，但属于专业层面的信息对消费者的认购并没有明确帮助。在购买的过程中，消费者更加关注的是，能否有专业的顾问提供一对一的专业服务和购买指导。这就要求销售人员既需要有专业知识结构，同时又需要极强的终端实战能力。首批“注册高级钻石咨询师”来自于一线销售人员，他们具有丰富的工作经验，经过此次专业培训后，更加系统的了解有关钻石的专业知识，做到了理论与实际的融合，在今后与顾客的沟通中会更加得心应手。

责编：殷鹏 美编：马晓军