

2014年 10月 27日 星期一

总第 225 期 本期 16 版

国内统一刊号:CN11-0207

邮发代号:1-175 国外代号:D1228

金牛基金周报

FUND WEEKLY



牛基金
APP



金牛理财网微信号
jinniulicai

主 编:王 军

副主编:易 非 徐国杰



【03·本周话题】

■ 主编手记

牢记上轮牛市之痛

蛰伏近7年之后,中国A股牛市的气息越来越强,越来越多的投资人士相信在市场利率下行、经济逐步企稳的大背景下,由改革、政策、转型以及并购带来的一轮慢牛行情正在启程。

基金在经过近7年的盘整之后,终于将迎来自己的第二春。在赚钱效应的刺激下,越来越多的人开始关注A股,关注基金。中登数据显示,10月13日至17日,基金一周新增开户数超过20万户,这是2008年1月25日以来的最高水平。在这近七年间,基金周新增开户数多数情况下不超过10万户。而从一些基金公司了解的情况来看,老基金持续申购量也持续放大,这也让他们对市场充满了

信心。

但在众多基金业人士摩拳擦掌准备大干一场之时,我们不能不注意一个问题,那就是上一轮牛市的教训不能忘。在2006年-2007年的那场大牛市里,基金大干快上,2006年规模仅为8500亿元,一年后就冲过了3万亿元。净值归一,基金复制,在那场吸金大战中,百亿基金频现,相当部分不适合股票基金的投资者被不加区分地吸纳进来,最终亏损累累。

虽然7年间股市大幅下跌,大盘点位如今只有2007年峰值的三分之一多点,股票型基金亏损也在所难免,但是当初如果基金信守“把合适的产品卖给合适的人”这一销售准

则,很多投资者就有可能避免亏损。正是因为当时基金销售对投资者不加区分,同时一味地宣传A股“黄金十年”,大爷大妈也争相认购股票基金,最终被套在6124点峰顶,这也让很多投资者在此后的漫漫熊途中,对基金产生了强烈的不信任感,基金销售此后也举步维艰。

人不能两次踏进同一条河流,基金营销也不能再犯同样的错误。虽然基金公司在这7年间发展较为艰难,但愈是此时,愈要吸取上一轮牛市的教训,认认真真做好投资者分类,将合适的产品卖给合适的投资者。而与熊市相比,现在基金公司也有了进行投资者分类的现

实可能。只有把客户利益放在第一位,客户才会由衷地信任基金公司,基金公司才会真正完成品牌构建,向着百年老店的目标前进。

2008年的一个真实故事至今仍广为流传:在那一轮牛市的尾声,某家公募基金发给持有人一封信,信中强调当前市场风险很大,建议投资者赎回股票基金。这一做法,显然会让公司管理费减少,但在持有人那里赢得了良好口碑,并最终获得了投资者的信任。

易非



11 基金面对面

杜猛:中长期投资机会来自新兴行业



上投摩根新兴动力基金经理杜猛表示,新兴行业目前在中国经济所占比重还很小,但未来一定会成为经济中的重要组成部分,从中长期看,大的投资机会应该主要来自于新兴行业

05 基金动向

基金判断四季度A股波动可能加剧
结构性行情有望延续

上周市场继续下跌。对于未来走势,公募基金认为,机会更多集中于低估值蓝筹、新兴成长和符合政策引导的转型板块。不过,亦有公募基金认为,四季度A股市场波动或加剧

08 私募基金

今年以来私募分红221次 创历史新高

数据显示,具有今年以来业绩数据的2553只基金中,2214只基金今年以来取得了正收益,占比高达86%。私募基金在积累收益的同时,也为分红创造了客观条件

责编:鲁孝年 美编:韩景丰

