

Money

百万门槛产品扩容 机构抢夺“富豪资源”

◎本报记者 涂艳

随着百万级资产的“富豪”客户的日益吃香,各机构正全力推陈出新抢夺客户资源。

继基金一对多先向阳光私募展开挑战以来,券商“小集合”产品也悄悄迈开了发行的脚步。在第一批招商证券、光大证券、东方证券和中金公司等几家券商“小集合”产品率先亮相之后,市场预计类似产品将在2010年蜂拥入市。

机构争食“富豪战场”

近日,凭借着简易快速的审批程序,第一批券商“小集合”产品问世。这种被监管层定义为门槛100万元以上、单个产品份额10亿元以下、参与人数200人以内的、带有私募性质的券商产品开始正式加入了百万富翁理财市场的争夺战中。

据了解,光大证券和东方证券的两只产品均以股票等权益类投资方向为主,适合希望获得一定证券投资收益且具有一定风险承受能力的投资者。而招商证券的产品则以债券等稳健类投资品为主;中金公司的“中金一号”则是以现金和固定收益类等流动性较好的品种为主要配置方向。

和公募基金类似,券商“小集合”产品也因投资方向的差异化而各具特色。但是更有业内人士分析认为,“小集合”的推出实则是券商对基金一对多业务展开的应对之举。

无独有偶,“小集合”产品和较早“出生”的基金“一对多”及阳光私募有着非常明显的同质化倾向。所谓“一对多”,是指客户把钱汇总在一个账户交给基金公司专业团队打理。根据证监会规定,单个“一对多”账户人数上限为200人,每个客户准入门槛不得低于100万元。

无独有偶,私募基金的准入门槛一般也在100万元之上,而投资方向也主要偏重于股票和基金等权益类资产。“对投资人而言,一对多专户的推出,丰富了证券类投资产品的产品线,让投资人在目前以信托方式发行的阳光私募证券投资基

金之外,有了一个新产品可选择;而小集合的推行也让券商在这场机构的竞争中找到了一个出口。”好买基金研究中心一位黄姓研究员表示。至此,在百万级资产客户的争夺过程中,证券类投资的品种也日渐丰富。

赚得真金白银才是王道

对于新近加入百万级门槛的“小集合”产品,市场和投资者兴趣颇浓。相较于之前10万元甚至5万元门槛的券商集合理财产品,小集合产品有着盘子小、份额少和门槛较高的特点。

而和当初基金“一对多”产品类似,券商“小集合”产品也备受投资者的追捧。其中“中金一号”在1月4日-1月8日的五个工作日内便募集了高达5.26亿元的金额,迅速完成推广计划。

但是,热闹的认购场面是否会给投资者带来惊喜的表现呢?之前有媒体报道,从私募手中抢夺而来的一对多客户因为对基金收益表现不满,已经出现了“吃回头草”的现象。

“一对多面世伊始,公募基金公司的响亮的名头、投资者的新鲜感、产品份额的稀缺、私募基金的断档,种种因素导致其销售异常火爆,而后来却出现了因募集不满5000万元而告吹的案例,可见投资者也逐渐在成熟。”好买基金研究中心认为。

对于高净值资产客户来说,追求绝对收益是主流需求。而私募基金、“一对多”和“小集合”产品正是以绝对收益为投资目标,都要提取业绩报酬。

而对投资人来说,重要的不是要探讨这三类高端理财产品在机制上哪一个更好,而是选择一个架构清楚、投研团队实力强大以及过往业绩优秀的管理人,并选择合适自己的产品,持续跟踪关注他们的业绩表现和业绩背后的驱动因素。

有券商分析师预计,目前市场上对小集合产品抱着尝鲜意味的投资者较多,但随着2010年小集合产品逐批快速的审批,未来该类产品的扩容将异常迅速,故而投资者目前也可以静观其变,不盲从任何一家机构,能在市场上赚得真金白银才是王道。

三类私募性质产品对比

比较内容	阳光私募	“一对多”专户	券商小集合
投资范围	投资于交易所和银行间证券产品,包括股票、债券和基金等,也可能包括权证。目前绝大多数为非结构性产品。	投资于交易所和银行间的证券产品,包括股票、债券和基金等,也可能包括权证。也可发行结构性产品、QDII等。	国内依法发行的上市公司股票、新股申购、封闭式基金、ETF、权证、各类固定收益类产品(主要为债券)、现金等
人数限制	50人,机构不限	200人	200人
参与门槛	100万	100万	100万
流动性	一般每月开放申赎,部分每周开放	最多一年开放一次申赎	封闭期一般为3个月-6个月,一般每月开放可申购
成立要求	一般是3000万	5000万才可成立	上限10亿元
实际管理人	私募管理公司	公募基金中的专户投研团队	券商的专户理财团队
监管机构	银监会	证监会	证监会

涂艳 制表



震荡金市 后续表现仍需看美元“脸色”

◎本报记者 金萃萃

尽管在刚刚过去的2009年风光无限,但是进入2010年后,黄金的表现却有些差强人意。新年的头两周里,国际金价仅走出过一小波涨势,随后便在各种因素的影响下处于一个震荡过程之中。

市场人士预测,目前风险厌恶情绪将导致资金重新回流美元,各国央行也将面临越来越多的收紧流动性的压力。而这些因素都将有助于美元反弹,后市黄金价格将如何走,很大程度上要看美元的“脸色”。

或将面临中期跌势

“最近在美元走强的影响下,金价确实有一定的波动。”兴业银行资金营运中心资深贵金属分析师蒋舒指出,“但是从整体来看,金价目前的波动仍属于一个温和盘整的过程。与之前09年的大幅波动相比,金价目前的调整并不大。”

但是,虽然黄金价格的波动趋缓,但是市场上对于金价后市看法却较之以往有了变化。众多分析人士纷纷指出,随着资金回流美元,以及各国央行面临流动性压力的增强,未来各国政府的“退出”步伐或许也将加快。而这些因素都有助于美元反弹,故而黄金或将面临一轮

新的中期跌势。

而蒋舒的观点也印证了上述分析:“与原来的预期不同,现在市场上更多的是在讨论美联储何时加息的问题;这就意味着对于美联储是否要加息的预测已经有了结果。”蒋舒认为,尽管此前市场对于经济复苏的前景抱以各种预测,但是近期出炉的各种数据却用事实说明了一切——经济状态正在往好的一面发展,复苏可期。

然而,影响金价的因素或许不仅仅只有美元。世界黄金协会大中华区总经理王立新表示,从去年第二季度开始,各国央行已经在黄金的购买中维持了持续“净买入”的状态,“今年预计仍将维持这一状态。”王立新同时表示,投资者在看到美国经济好转的同时,也应该看到通胀的苗头,“影响金价的因素是多方面的,通胀预期对于黄金价格也有一定的提振作用。”

短线难言乐观

从中期来看,金价或将面临一个中期的跌势。但是从短期来看,金价如何走,也仍有待经济形势的进一步明朗。

“上周黄金的波动,其实是在盘整中等待本周美联储议息会议的结果和美国09年4季度GDP数据的出炉。”蒋舒分析指出。若GDP出

现好转,那么经济好转的预期将会增强,对美元未来的走势构成较好的支撑,金价可能就会进一步走弱。

而具体到多空双方的博弈,蒋舒指出双方很可能在金价的全年均值估计上相差不多,最大的分歧在于对金价在上下半年走势的判断上。“多方的观点是,黄金价格在2009年已经偏高,出现了一定的泡沫,因此上半年将是一个‘挤泡沫’的过程。而等美元这波的反弹结束,金价将在下半年重拾升势,开始走牛。”而反方的观点则是,“上半年经济复苏的苗头未必强烈,故而美元仍不会大幅走高,因而金价很可能再度走强。但是到了下半年,随着经济不断向好,美元将走强,从而影响黄金走强。”

而来自世界黄金协会(WGC)公布的报告显示,投资需求推动黄金价格09年连续第九年出现增长。截至09年12月月末,金价升至1087.50美元/盎司,09年年度涨幅为25%。代表WGC进行研究的贵金属咨询机构GFMS表示,09年第四季度,场外交易市场的投资活动同样强劲反弹,投资者在当季建立了大量多头头寸。

业内人士分析,WGC的报告显示投资需求中的重要组成部分在本质上是长期的,其原因可能在于投资者对黄金供需基本面的乐观态度以及相应的价格前景。

理财指南

加息预期再度催热现金管理产品

◎本报记者 涂艳

近日,国家统计局公布的CPI数据显示,2009年12月CPI同比增长1.9%,环比增长了1.3个百分点,超出市场预期。同时,1月份,3个月期和1年期央票利率也连连上调,而随着CPI的跃升,市场对于年内加息似乎已形成共识。

在加息随时有可能横空出世的今年,大额资金的打理更加显示了理财的技巧。专家表示,加息预期的强化已经再度催热了现金管理类的理财产品。

去年12月底,南京银行发行了一款名为“日日聚金”-金梅花人民币理财产品,投资对象为银行间市场国债、央行票据、高等级企业债券等固定收益产品。而

它则以灵活的流动性和远高于活期存款及通知存款利率的优势吸引了市场的关注。据了解,如果投资者有频率较高的现金支付需求,连续持有期少于30天,则年化收益率便按照1.6%执行;而如果投资者连续持有该产品超过1个月,年化收益率将达1.8%。

此外,该产品的认购期限跨度较大,为2009年12月28日至2010年5月28日,共计6个月。投资者可以在认购期限内随时购买该产品,但产品的连续管理期限最长为2个月。而投资者购买产品后可在存续期内的任意时间提出赎回,理财资金T+0到账,和活期存款的流动性相差无几。

目前,市场上流行的现金管理型产品主要有中国工商银行的

“灵动快线”、中国建设银行的“天天盈”与“周周盈”、招商银行的“日日金”与“岁月流金”及中国光大银行的“活期宝”等。对于金额较大且对流动性较高要求的投资者来说,现金管理类产品非常有吸引力。而大多现金管理型产品则规定在投资者产品账户余额不低于最低投资起点的情况下,允许部分赎回。

从投资对象来看,市场上现金管理型产品的募集资金大都集中在配置于银行间市场国债、央行票据、高等级企业债券等固定收益产品,仅有部分产品还少量涉及信托融资项目与新股申购等领域。虽然该类理财产品几乎没有设置保本措施,但因其主要配置资产安全性高,因此为低风险产品,预期收益实现概率普遍较大。