

Fund

■基金老总谈投资者教育

让大成优选创新更贴近投资者

——访大成基金规划发展部总监高健

◎本报记者 唐雪来

日前,大成优选股票型证券投资基金获准发行,这不仅标志着时隔五年之后封基发行坚冰的消融,也是我国基金业发展历史上第一只创新型封闭式基金。为此,记者采访了大成基金公司规划发展部总监高健。

记者:大成优选作为首只创新型封闭式基金,推出的背景是什么?

高健:2002年到2005年,国内封闭式基金平均折价率为36%;2006年,在A股市场涨幅超过100%的情况下,封闭式基金平均折价率仍然超过21%。

封闭式基金具有规模稳定、有利于中长线投资、为持有人提供稳定回报以及有利于证券市场稳定发展的

特点。从市场细分的角度,封闭式基金也适合一些中长线资金、适合收益相对稳定的投资者,是对开放式基金的一个有力的补充。另外,对现有封闭式基金进行改良和创新,保留封闭式基金这一品种,也是构建多层次的基金市场产品体系的需要,为中国基金市场后续的业务和产品创新预留了一个独特的空间和平台。

记者:您能否介绍一下大成优选股票型证券投资基金设计理念和思路?

高健:我们的思路是在不违背现有法律法规、不对现有发行和交易平台做重大改造的前提下,在确保“契约型、封闭式”这一产品属性的前提下,针对现有封闭式基金各个方面的缺陷和不足,有针对性的一一进行改

良和创新。

根据《中华人民共和国证券投资基金法》,封闭式基金是指“经核准的基金份额总额在基金合同期限内固定不变,基金份额可以在依法设立的证券交易场所交易,但基金份额持有人不得申请赎回的基金”。这里有三个要点:一是份额总额固定,二是不得赎回,三是可以上市交易。

所以,基于《基金法》,我们考虑对现有封闭式基金存在的问题,在现有法律框架、制度环境、技术平台下尽可能地创新与改造,不改变“契约型、封闭式”的基本属性,推出一个升级版、有较大幅度改进、有较多创新特色的真正的封闭式基金。

记者:那么,针对现有封闭式基

金存在的问题,大成优选股票型基金进行了哪些创新和改进?

高健:可以用十六个字来概括这个产品,那就是:“治理有效、激励到位、运作透明、超额回报”。整个产品的创新分为三个层面:产品创新、发行销售创新、交易创新。

产品创新分为五个方面:1)治理结构的改进,譬如定期召开基金份额持有人大会,引入明确的、可量化、可操作的“救生艇”条款;2)激励机制的改进,不仅有“正向激励”——近乎苛刻的有封顶的业绩报酬机制,而且有“负向约束”——业绩风险准备金制度;3)投资管理方面,可投资的范围和品种更灵活,为后续投资新的金融工具,最大限度地预留了活口,以使基金有更大可能获取更高收

益;4)收益分配机制更灵活、更频繁,争取每季分红;5)信息披露更频繁更透明,相对开放式基金而言,不遑多论。

发行销售创新可以分为三个方面:其一借鉴股票发行制度,引入场内承销团安排;其二在封闭式基金发行中采取末日比例配售制度;其三场内和场外实行额度管控,并借鉴股票发行制度,可以“双向回拨”。

交易创新是指,不仅要发行(IPO)成功,更要后续运作成功。所以,考虑在深交所LOF平台下,不仅引入封闭式基金的主交易商制度,更要将该制度进一步的明确和硬化约束。我们拟与深交所和多个拟任主交易商合作,保证后续运作和日常交易的平稳。

■营销信息

招商基金开展“网上优惠活动月”

◎本报记者 安仲文 唐雪来

招商基金日前宣布其旗下产品正在依托银行网络展开费率优惠的“网上申购费率优惠月”活动,此次活动招商基金携手工商银行、招商银行、交通银行、深圳发展银行等渠道,使投资者不仅可以通过网络这种便捷的方式申购基金,而且还能享受到很大的费率优惠。

据悉,在活动期间,7月9日至8月10日,凡通过招商银行银基通申购招商基金旗下各基金的投资者均可享受申购费率最低4折的优惠;在6月20日至9月28日期间,通过工行网银申购招商核心价值基金费率可优惠至8折。

这段时间市场虽然步入调整期,但投资者对基金的热情依然不减,各家基金公司也都在开展各种形式的持续营销活动。市场人士分析指出,在本轮调整中,基金重仓股表现坚挺,基金净值跌幅普遍小于股指,是近期基金申购火爆的主要原因之一。而来自中国证券登记结算中心的数据显示,近期,新增基金开户数明显增加,其中上周新增基金开户数连续4天超过10万户,周合计新增基金开户数达637543户。

此次开展费率优惠的招商基金旗下基金业绩表现突出,其中招商优质成长基金、招商先锋基金先后获得过晨星五星级的评级,招商优质成长基金更是2006年理柏评出的唯一一只一年期“中国最佳股票基金”。今年以来,各只基金资产规模持续稳定增长,此次全面网上申购优惠,势必吸引更多的投资者加入到招商基金持有人的队伍。

工银瑞信基金管理有限公司
ICBC Citic Subsea Asset Management Co., Ltd.
信诚的基金公司 可信的基金公司
客服热线:400-811-9999

■兴业基金投资者教育专栏

不要误解了基金分红

◎钟宁瑶

就像高分红的股票容易受到市场青睐,高分红的基金也往往被基民追捧。但在基民的口口相传中,有两个概念,往往被误解。

误解一:分红是额外收益?

什么是分红?用一句最通俗的话去解释就是,“羊毛出在羊身上”,基金分红实质上把基金收益的一部分提前以现金方式派发给持有人,这部分收益也就从基金净值中转移到现金账户中,成了“落袋为安”。

比如,王女士在某基金新发时购买了1000份基金,并选择了“现金分红”。1个月后,基金份额净值达到1.2元,王女士所持有的基金资产达到1200元。如果每份基金份额分

红0.2元,那么她的现金账户中就会多出 $0.2 \times 1000 = 200$ 元。相应的,基金单位净值也就变成 $1.2 - 0.2 = 1$ 元,王女士的基金资产从1200元变为1000元,但本金加上收益仍然是1200元。

所以,基金分红实质上是账面上的数字变化,并不是盈亏变化,分红的问题也就简化为“持币”还是“持股”的问题。

误解二:高分红=高收益?

究竟应该“持股”还是“持币”,最终落实到对趋势的判断和风险的承受能力上。单边上涨行情中,持股的回报理论上应该远远大于持币;处在震荡行情或是进入到下降通道中,持股的风险大于持币。

所以,分红的时机选择非常重

要。如果市场处于上扬行情中,基金大比例分红,意味着或多或少、情愿不愿意都要进行减仓,抛掉手上的股票以兑现红利。分红以后,净值降低,如果引来大量新资金,那么基金还要重新建仓,不仅提高了持股成本,还会进一步摊薄了原持有人的利益。从过往数据来看,上扬市场行情中选择高分红的基金涨势往往不如没有高分红行为的基金。相反情况下,基金实行大比例分红,不仅可以部分规避下跌风险,还可以借机调整仓位,甚至摊薄持股成本。

兴业基金管理有限公司
INDUSTRIAL FUND MANAGEMENT CO., LTD.
承载责任 创造财富
客服热线:400-678-0099 021-38824536
公司网站:www.xyfunds.com.cn

■信诚基金投资者教育专栏

温水煮青蛙的启示

◎郝渊侃

虽说青蛙是益虫,但偶尔也难逃到人类饭桌上凑热闹的命运。温水煮青蛙,虽然不是一种烹调方式,但却蕴涵着更深一层的哲理。

大家也许都知道,在温水中放进青蛙,用火慢慢加热,青蛙一开始可能还会舒舒服服地享受温水中自由的天地,而当它发现危险的时候,却已经被高温伤害,难以逃脱了。

事实上,在金融市场中,类似的“青蛙”还不在少数。

有多年经验的投资者应该还对漫漫熊途记忆犹新吧。刚开始的下跌似乎没什么可怕,损失的幅度也在能够忍受的范围,这似乎和牛市中的震荡没什么区别,用青蛙的语言来说,或许就像“身处太阳照耀了许久

的暖暖的水中,应该一会儿就会凉快起来的。”

可事与愿违,市场越跌越深,水温也“越来越高”,渐渐地,投资者开始意识到自己已经身处水深火热之中,却仍旧抱着一丝希望,忍受着煎熬,直到最后,损失殆尽……

不过,不仅仅是熊市中才有“温水煮青蛙”的惨剧,牛市中,如果不能正确地判断行业的发展方向,不调研清楚上市公司的基本面,懵懵懂懂去投资自然也有遇到此类情况的机会。

这是因为,一方面,随着A股市场不断地向成熟的方向发展,随着市场机制的逐步完善,齐涨齐跌的景象会越来越来,个股的分化会愈加明显,拿香港股市为例,市场中永远存在“趴在地板上”的股票,也有在指数下跌时一路飘红的牛股;另一方面,投资

*ST类公司和即将到期行权的认沽权证是冒着巨大的风险——*ST类公司继续亏损将暂停上市甚至退市,许多认沽权证到期行权也是一文不值。

因此,金融投资不仅需要有强烈的风险意识,同时更需做到心中有数,对自己构建的组合价值几何最好能做到量化估量,这样才可以明确风险收益比,也可以清楚地知道投资标的什么时候被高估、什么时候被低估,进而做出正确的决策,而不是在依靠“感觉”的同时冒着极大的风险。

信诚基金
客服热线:021-51085168
www.citicprufunds.com.cn

挤占基金净值增长空间五弊病

◎中原证券

一只基金的成长性如何,与基金管理人各方面投资策略的运用、投资理念的树立、投资目标的设定密不可分。

第一,频繁进行基金份额的变动。基金净值的增长是一个长期缓慢的增长过程,更是一个体现基金管理人管理和运作能力的过程。投资者选择基金,在基金净值的某个价位购买,对基金的未来成长并不起根本性的作用,而是应当从基金本身的投资风格和投资特点上去捕捉。

第二,牛市行情中留存大量的备付现金,并不利于跟随市场的成长,分享资本的快速增长。可以说,基金留存现金的比例,对基金的成长性所起的作用作用是显而易见的。适度的留存比例有利于基金应对赎回的流动性之需,但过多的现金留存则从一定程度上影响到基金的成长性。

第三,“大比例分红”等营销形式,也是挤占基金净值增长空间不可忽略的重要因素。基金作为一种中长期的投资产品,其净值的增长需要一个周期性的过程。而进行大比例分红,则势必会导致基金临时抛售一些成长性较好的股票而挤占基金净值增长空间。特别是股票资产价格的变化,均有其市场自然的运行规律。

第四,勿让基金费率的优惠成为挤占基金净值增长空间的理由。可以说,基金管理人为了更好地促进基金营销活动的开展,增加基金份额的规模,采取必要的费率优惠措施,本身是无非议的。但费率优惠并不能从根本上促进基金成长性的提升。可以说,基金管理人选择股票的质量及资本增值潜力,才是驱动基金成长性的重要动力。