

新品档案

大成景丰分级债券基金
9月20日起售

基金名称:大成景丰分级债券型证券投资基金
基金管理人:大成基金管理有限公司
基金托管人:中国农业银行股份有限公司
发售时间:9月20日到10月15日
投资范围:该基金对债券类资产的投资比例不低于基金资产的80%,主要包括国债、央行票据、政策性金融债、企业债、公司债、可转换债券、可分离债券、可交换债券、金融债券、短期融资券、逆回购、资产支持证券等固定收益品种;对股票资产的投资比例不高于基金资产的20%;对权证资产的投资比例不高于基金资产净值的3%;若该基金转为上市开放式基金(LOF),则持有现金或到期日在一年以内的政府债券不低于基金资产净值的5%。该基金可以参与一级市场新股申购或增发新股,以及在二级市场上投资股票、权证等权益类证券,以增强本基金资产的获利水平,提高预期收益。

基金经理:陈尚前,南开大学经济学博士,12年证券从业经历。曾任中国平安保险投资管理中心债券投资室主任和招商证券研究发展中心策略部经理。2002年加盟大成基金公司,2003年6月至2009年5月担任大成债券基金经理。2008年8月6日至今担任大成强化收益债券基金经理,同时担任公司固定收益部总监,负责公司固定收益证券投资业务。
购买细则:持本人有效证件到大成基金公司直销渠道或农行、建行、中行、交行等银行及券商网点认购。

点评:大成景丰加入了分级设计,分为A和B两种份额。景丰A约定年化收益率为“3年期银行定期存款利率+0.7%”,以目前3年期定期存款利率3.33%计算约定收益为4.03%,适合风险承受能力低的投资者;景丰B有权在扣除A类份额本金和收益后,获得基金剩余的收益,适合风险承受能力比较高的投资者。

“本无忧”系列2010190号
9月17日发行

产品名称:2010年“本无忧”系列2010190号;人民币3个月SHIBOR挂钩理财产品
发行银行:北京银行
销售时间:9月17日至9月28日
投资范围:银行间货币市场存/拆放交易、银行间债券市场国债、金融债、企业债、央行票据、银行次级债、短期融资券、中期票据、债券回购交易等,上述金融工具投资比例均为0%~100%。
产品细则:“本无忧”系列2010190号理财产品的委托起始金额为5万元,委托递增单位为1万元,产品存续期为3个月。该产品收益率与起息日当天与产品相同期限的SHIBOR利率挂钩(产品指3个月SHIBOR利率,下同),假设起息日当天与该产品相同期限的SHIBOR利率为年利率S,扣除销售服务费后,客户年化净收益率Y为S-0.1%。如果起息日为非工作日,则以前一工作日的SHIBOR利率为准,实际投资收益高于Y的部分归理财行所有。客户无权提前终止理财合同,理财行有权提前终止理财合同。销售服务费率(年率)为0.1%,成本费用将从理财产品资产中扣除。
申购细则:持身份证件到北京银行的营业网点购买,登录网站、致电客户服务热线等查询。
点评:该产品的收益类型为保本固定型,适合稳健型投资者。

“鑫意”理财鑫农第二期产品
9月23日上柜

产品名称:2010年“鑫意”理财鑫农第二期人民币理财产品
发行银行:上海农村商业银行
销售时间:9月23日至9月28日
投资范围:该理财产品将主要投资于银行间市场债券资产和票据资产,投资比例为0%~100%。此外,该理财产品也可投资于银行间市场其他金融资产和金融工具等,投资比例为0%~100%。
产品细则:“鑫意”理财鑫农第二期产品的委托起始金额为5万元,委托递增单位为1000元,计划募资规模上限为1亿元人民币,这款产品存续期为358天,理财期为2010年9月30日至2011年9月22日。投资者于产品各赎回申请日提出赎回,能够获得按年化收益率2.70%计算的理财收益。依据上海农村商业银行构建的资产组合,经测算,投资者持有到期能够获得按年化收益率(扣除相关费用后)3.10%计算的理财收益。如遇国家金融政策重大调整,金融市场价格发生重大波动,经上海农村商业银行判断,将影响到理财产品的收益时,银行有权提前终止理财产品。
申购细则:持身份证件到上海农村商业银行的营业网点购买,登录银行网站、致电客服热线查询。
点评:该产品的收益类型为保本固定型,保本比例为103.10%。上海农村商业银行拥有专业化的银行理财产品投资管理团队和丰富的金融市场投资经验,适合稳健型投资者。不过,该产品有政策风险、市场风险、操作风险、再投资风险、理财产品不成立风险、不可抗力风险等。(陈墨)

券商“小集合”产品黑马奔涌

证券时报记者 韦小敏

编者按:目前国内个人中高端理财市场正呈现出公募“一对多”、券商集合理财和阳光私募三足鼎立之势。而今年面世的有别于传统券商集合理财产品的券商“小集合”产品,黑马奔涌。统计显示,截至2010年8月31日,今年新成立的34款混合型券商集合理财产品,业绩排名前10的产品中有8款为“小集合”产品。

所谓券商“小集合”产品,是指产品规模在10亿元以下、客户数量在200人以内、单个客户参与金额不低于100万元的券商集合理财产品,与基金的“一对多”产品基本同质。私募基金锁定的是极少数富人群体,公募基金“一对多”和券商集合理财产品,则更倾向于满足大部分中产阶级中高端的理财需求。

跑赢基金“一对多”专户

券商“小集合”产品于今年一月份才陆续成立,目前市场上已成立的券商“小集合”产品共有17只,产品普遍募资规模在1亿~2亿元左右。与基金“一对多”专户的惨淡业绩不同,今年以来券商“小集合”产品普遍高奏凯歌,5只产品收益率超过8%,过半数产品收益率超过4%,仅一款产品出现亏损,微亏0.4%。

据Wind数据统计,截至今年8月底,34家基金公司共发行了183只“一对多”产品,截至9月10日,66只成立满半年的“一对多”产品的平均年化收益率仅为1.2%,较上证综指的涨幅低1.59%,而66只“一对多”产品中年化收益率为正的共36只,仅占54%,其余全部处于亏损状态。

不仅跑赢了基金,相对普通的券商集合理财产品,“小集合”产品也显示出了集体优势。朝阳永续统计显示,截至2010年8月31日,今年新成立了34款混合型券商集合理财产品,业绩排名前十的产品中,有8款为小集合产品,仅“中信回报”和“海通新兴成长”两款大集合产品勉强在前十中占据第八、第九的席位。其中,排名第一的为2010年7月1日成立的浙商证券旗下的“小集合”产

品——“金惠1号”,短短两个月的累计收益率就达19.60%。八月份的单月收益率更是达到了13.45%。

赢在船小好调头

目前“小集合”产品仍然以偏股型为主,产品普遍规定,权益类资产包括,股票、股票型开放式基金、混合型开放式基金、封闭式基金、权证等,占资产净值的0~95%。由此看来,“小集合”与普通券商集合理财产品的规定相差不多,为何业绩却能脱颖而出?

上海某大型券商的资管部负责人表示,“小集合”产品主要赢在船小好调头。今年的A股市场以震荡为主,波动频繁,且波动空间小,资金规模小的产品更容易捕捉到结构性机会。同时,今年创业板、中小板的股票被热炒,这些股票的特点在于盘子小,大资金进出不便,而小资金则能够进退快出,不少“小集合”产品也正是抓住了这类机会。在中国经济结构的大背景下,未来1年市场可能仍将震荡为主,机会仍然会集中出现在中小盘股,“小集合”产品突出业绩有望继续保持。

此外,该负责人还表示,“小集合”产品的参与人大多为该券商资管业务的核心客户,为给客户保值增值,维护客户的忠诚度,管理人更加注重风险控制,追求绝对收益。

长期业绩靠人才

“小集合”产品能否长期保持优秀的业绩,跑赢同类型产品?业内人士认为,人才是“小集合”产品发展的关键。目前看来,尽管许多基金公司向“一对多”专户的操作注入了多项优质资源,但其本身研究平台的限制以及公募基金基金经理角色转换所需要

的时间,从一定程度上制约了其整体业绩的表现。而券商“小集合”产品一般能够背靠公司强大的研究平台,且投资经理均具备较为长期的非限定性集合理财产品的管理经验,在业绩上胜出一筹也就不足为奇了。此外,管理层支持券商系资产管理公司的成立,优化券商资产管理业务的激励机制,也为券商集合理财的良性发展注入了新的活力。

可以看到,目前国内唯一获批成立的券商系资产管理公司东方证券资产管理公司旗下的三只小集合产品今年的业绩都非常突出,于年初成立的“东方红先锋2号”和“东方红先锋1号”尽管经历了二季度市场的剧烈震荡,但依然实现正收益,截至8月31日,两只产品的收益率分别为8.85%和8.05%,排名分列第二、第三。同属该公司的“先锋3号”收益率也达到6.27%。

投资“小集合”盯紧两点一线

证券时报记者 韦小敏

伴随着市场的成熟,“小集合”将为越来越多投资者所关注。业内人士提示,投资者在选购“小集合”产品时尤其应注意管理人的风控能力,谨防只看业绩这一条线。

盯紧风控管理

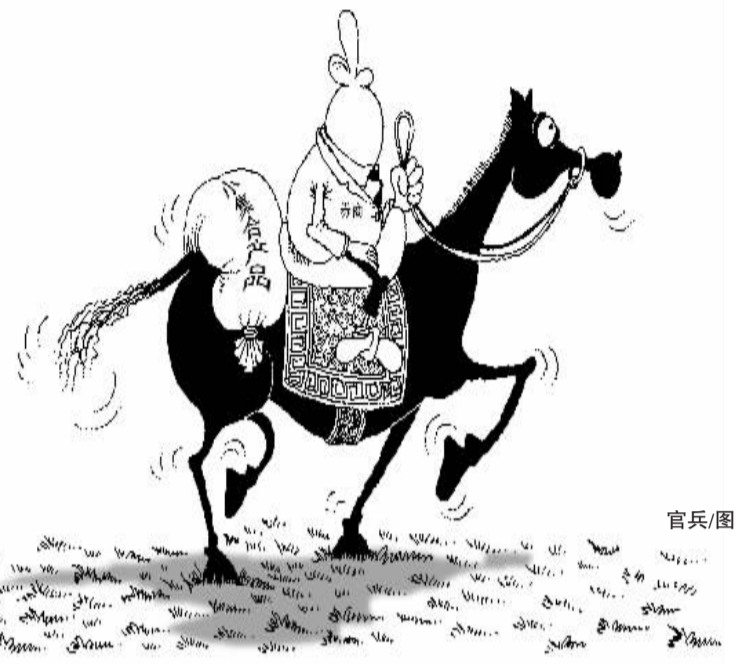
业内人士认为,“小集合”产品更适合风险承受能力强,对流动性要求不高的投资者。由于“小集合”产品面世时间短,不少公司旗下仅有一款“小集合”产品,仅看一只产品的业绩不能判断管理人的能力。

业内人士建议,投资者购买“小集合”产品时,应关注管理人长期以来运作集合理财产品的表现,除了获利能力外,管理人的风控能力也尤其需要考虑。风控能力最直接体现在产品的波动率上,波动率小的产品相对而言较为稳妥。尤其要挑选在市场上涨时涨得多,下跌时又能跌得比较少

的“黄金产品”。同时,虽然过往产品的业绩不能代表未来,但如果管理人运作的所有产品业绩都能够维持在行业的中上游,说明管理人整个团队的实力都比较优秀。而如果管理人旗下产品业绩参差不齐,则单个投资经理的投资能力是决定产品业绩的关键,风险相对较大。

勿忘费用比较

尽管券商“小集合”产品的客户定位更高端,但由于该业务仍在推广过程中,考虑到市场的接受度,目前“小集合”产品的收费与普通的券商集合理财产品相比差别不大。“小集合”产品的收费大致由管理费、托管费、参与费、退出费和业绩报酬5方面组成,各个管理人的收费略有不同。目前部分券商旗下“小集合”产品的费率甚至低于普通产品,投资者应该在购买产品时可挑选“物美价



官兵/图

双节长假在即 三大投资动向宜关注

证券时报记者 张若斌

随着黄金周临近,从中秋到国庆的二十多天假期考验着投资者的短期理财能力。记者从纷繁复杂的理财产品中筛选出几款,以供投资者参考。

银行短期理财热销

中秋、国庆双节假期临近,不少人开始为手头的闲置资金做理财计划。各大银行也纷纷热推中短期理财产品,争抢市场上的“过节”资金。据统计,9月份的第一周,新发行的1到6个月期限的理财产品占比达到5成以上,特别是1个月期限以下的理财

产品发行数量为45只,发行量占比上升4.42个百分点,达到34.62%,短期理财产品备受投资者和银行青睐。由于此次长假节日和交易日互相交错,使得银行理财产品也极其复杂。以光大银行为例,据悉,该行推出的“假日盈”产品分为“中秋版”、“国庆版”和“周末版”三个部分,将“双节”和一般周末实现了无缝链接。据光大银行理财师介绍,中秋版假日盈的募集期为2010年9月15日至9月21日,收益起始日为2010年9月22日,期限为5天,起息点金额分别为10万和100万,预期年

收益率分别为2.1%和2.2%;而国庆版假日盈的募集期为2010年9月15日至9月30日,收益起始日为2010年10月1日,期限为7天,起息点金额分别为10万、100万、500万和5000万,预期年收益率分别为2.2%、2.5%、3%和3.2%。

国债回购适合“打新族”

对于不少“打新一族”来说,近期各主要券商纷纷已开通的国债回购也是个不错的选择。投资者可以在一个证券账户中完成所有操作,而无需奔波于各个银行。值得一提的是,由于7天国债回购(交易代码204007)为自然日累计,因此比较适合长假理财。

连续做1日和做7日逆回购的简单比较如下:1日逆回购4次的利率平均为1.5%,周四为4%,则投资100万总收益为100万*(4.5%*4+1%)360=278元,减去佣金50元后净收益为228元。7日回购利率平均为1.5%,则收益为100万*1.5%*7/360=292元,减去佣金50元后净收益为242元,比连续做1日回购高34元!当然,更重要的是做一次7日逆回购比较方便。

当节后利率波及债券收益

同时,对于有一定风险承受能力的投资者来说,选择债券投资也是一个较好的方式。

有分析认为,由于近期股市出现明显调整,交易所信用债在经过调整后关注流动性较好的中长期高息信用债。投资者持券过节可以获得一定的利息收入。此外,由于货币市场利率在节后一般有一个下降过程,可能带动国债收益率下行,因此,近期投资者在短债收益率明显上行时可逢低买入,并持有到国庆节以后。

试试改变消费习惯来理财

供大家参考。

首先,在消费之前需要先进行规划。比如,一个家庭日常支出应该控制在收入的50%以内(若无房贷压力则可以略高些),假设一个家庭每月收入为8000元,那么这个家庭每月日常支出应该控制在4000元左右,为了保持不超支,可以将4000元按周分配给需要支出的家庭成员,这样一来,每个人钱包里的钱受到了限制,也能一定程度控制消费欲望。

其次,多数情况下,信用卡消费是导致消费超支的主要原因之一。这里并非不提倡使用信用卡,而是不提倡使用多张信用卡进行消费,因为当一个人使用多张信用卡时,往往对自己

已经发生的消费行为和金额产生模糊记忆,而当你只使用一张信用卡时,由于信用卡额度有限,就会对自己的消费行为有很好的控制。此外,在使用信用卡消费后应当选择次月及时还款,不应选择以最低还款额进行还款,因为信用卡的循环利息非常高,若每月只按最低还款额进行还款的话,其需要缴纳的循环利息可能高达年化15%甚至更高。

再次,需要改变自己的消费心态,人往往会有许多冲动型消费,尤其是女性,对于“一见钟情”的商品往往毫无抵抗力,为了控制自己的这种冲动,不如每次在消费前先问自己一些问题,比如在外出游时,看到自

己喜欢的东西,先问问自己这个东西是买来自己用还是送人?送给谁?若自己用,那么应该把这件物品放置在哪里?也许想着想着购物的欲望就会越来越淡化,就不再冲动了。另外,在选择衣服、饰品时,建议MM们固定几个适合自己的品牌,这样缩小消费时的选择范围也是控制消费的手段之一,那么如何确定品牌呢?也许你可以问问自己,有哪几个品牌的衣服和包包,买回来半年以上时间,但自己仍旧愿意重复使用的呢?如果有的话,那这个品牌一定有适合你气质的元素,若你固定买这些品牌,就可以增加物品的利用率从而节约开支。

最后,改变消费渠道也是控制支

出的重要手段,也许你已经习惯了去百货公司、大商场买东西,但若你经常上网,不如试试网络购物,你会发现同样的商品,在网络上销售的价格可能只有商场的2/3甚至更低,这是由于网络销售省去了商家租用场地和雇佣销售人员的费用,因此商品价格非常便宜,同时越来越多的网络销售模式会把商品价格压的越来越低,比如一些“返利”网站,会根据你购买商品的全额返还现金券供你下次消费时使用,还有一些“团购”网站,利用“集散成群”的方式把零售变成批量采购,从而可以参与“团购”的每个成员享受到低廉的批发价格。

改变自己的消费习惯不仅可以省钱,也许还可以带给你不少新鲜感和乐趣,让理财变得更加轻松,你不妨也来试试吧。

无话不说