

## 小基金公司 多管齐下备战专户投资

证券时报记者 程俊琳

虽然今年以来一对多业绩表现不尽如人意,但依旧没能挡住200亿元以下基金公司备战的热情。证券时报记者近日从多家基金公司了解到,不少公司专户投资部已经组建完毕,产品设计部门完成首批产品设计,只等基金资产管理公司特定客户资产管理业务试点办法》正式颁发下发。

沪上一家200亿元以下的基金公司老总日前向证券时报记者透露,该公司专户投资部门已经组建完毕,激励条款也已经通过股东会认可。这意味着,只要试点办法正式颁布,我们就可以开展业务。从当前沟通情况的反馈来看,办法颁布会比我们预期的更快。”他告诉证券时报记者。

据了解,与大基金公司不同的是,小基金公司更希望在专户业务上实现突破,寻找新的经营亮点。正因为如此,基金公司上至股东下至部门领导均拿出“杀手锏”,从激励制度上最大限度为专户发展提供保障。证券时报记者了解到,与大基金公司相比,小基金公司的专户激励措施更具有吸引力。

因为我们从各个层面为专户业务提供了最大平台,所以相比公募基金基金经理团队,专户团队的人员引入更为迅速。”一专户部门负责人介绍,他认为,一旦专户业务步入正轨,基金公司的专户管理部门实则可视作基金公司内部一个独立自负盈亏的资产管理部,对投资经理而言,这种吸引力不言而喻。

前述负责人认为,自己之所以愿意从一家大基金公司专户投资部跳槽来一家小公司,主要原因是小基金公司在这一块业务上的“放手”态度。他告诉记者,由于小基金公司在公募基金层面不具备吸引力,所以如果在专户业务上能够首战告捷,日后业务发展会有很大空间。况且,专户业务业绩好坏更多与专户小团队有关,在当前市场点下,如果近期这一业务能够开展,我相信只要把研究做实,团队一致,业绩应该不成问题。”他如是分析。

除人员引进、激励制度设置外,专户产品设计也是各家基金公司的主要工作。一家小基金公司产品设计总监告诉记者:“虽然今年公募基金产品设计任务较重,但我们从去年就已经研究其他公司的产品方案,第一批专户产品设计我们已经完成了几稿,只等试点办法颁布一同上报。”不仅如此,据另一家基金公司介绍,该公司的专户产品也已经设计完成,并获内部讨论通过。

## 寻求营销亮点 私募基金热衷分红

证券时报记者 程俊琳

难觅分红概念的私募基金近期掀起了新风尚,不少私募基金公告分红,在兑现收益的同时起到安抚投资者的目的。分析人士认为,由于多数投资者对“分红”概念偏爱有加,一直只专注收益的私募基金近来也改变策略,采取更多营销方式维护持有人关系。

公开资料显示,银沙策略精选证券投资集合资金信托计划于6月3日单位份额现金分红0.041元。实施分红的并不是这一只私募基金,朱雀8期于5月16日进行了第1次分红,每份信托单位派发0.3245元。不久前,中国龙增长1号、融昌一期等私募基金均亮出分红计划。今年以来,就有包括金瀛1号、海昊1号等私募基金打出分红牌,进行分红的私募基金超过了过去多年总和。

事实上,一直以来,私募基金极少打出分红概念,阳光私募基金是否分红,由信托公司和私募基金管理公司进行商定,投资者没有参与决策的权利,且大部分阳光私募基金会在信托合同中明确分红的方式只有份额再投资一种。这意味着,过去投资者要想“落袋为安”,能采取的方式只有一种,即在开放日时赎回收益部分,并保留100万份最低份额。

有私募分析人士认为,私募基金之所以今年以来集中亮出分红计划,是私募产品逐步市场化的体现。他认为,今年以来市场环境并不乐观,客户赎回意愿加强,进行一定比例分红能在一定程度上起到“缓冲”作用。不仅如此,目前投资者依旧热衷分红概念,认为“能分红的产品管理能力强”的投资者不在少数,不少私募基金在听取客户意见后,采取了一种折中做法。前述人士认为,在今年大幅震荡的市场行情中,适当的分红使投资者落袋为安也确实起到一定安抚投资者的作用。

某私募基金掌门人认为,私募基金进行分红,这是过去行业所不存在的现象,一来是私募市场化的体现,另一方面也是私募基金公募化的最直接体现。要想在市场中脱颖而出,业绩是最大的考核点。在业绩近乎均衡的前提下,私募基金也在寻求营销亮点,合乎投资人口味的分红无疑是最好的法宝,这也是我们向公募基金借鉴的结果。”上述私募基金掌门人告诉记者。

# 募资仅2000万 阳光私募首现发行失败

阳光私募业绩不理想为发行失败主因

证券时报记者 刘明

证券时报记者近日从阳光私募销售渠道获悉,深圳一家券商系阳光私募近期在某大型国有银行深圳分行遭遇发行失败。

据了解,该私募发行的是一款主动管理型的阳光私募产品,4月份开始发行,发行期满募集资金才2000万元,由于募集资金太少而未能成立。业内人士表示,此前并未听说私募发行失败,这应该是阳光私募首次发行失败案例。据了解,上述发行失败的阳光私募近年来业绩不理想,这或许也是发行失败的重要原因。

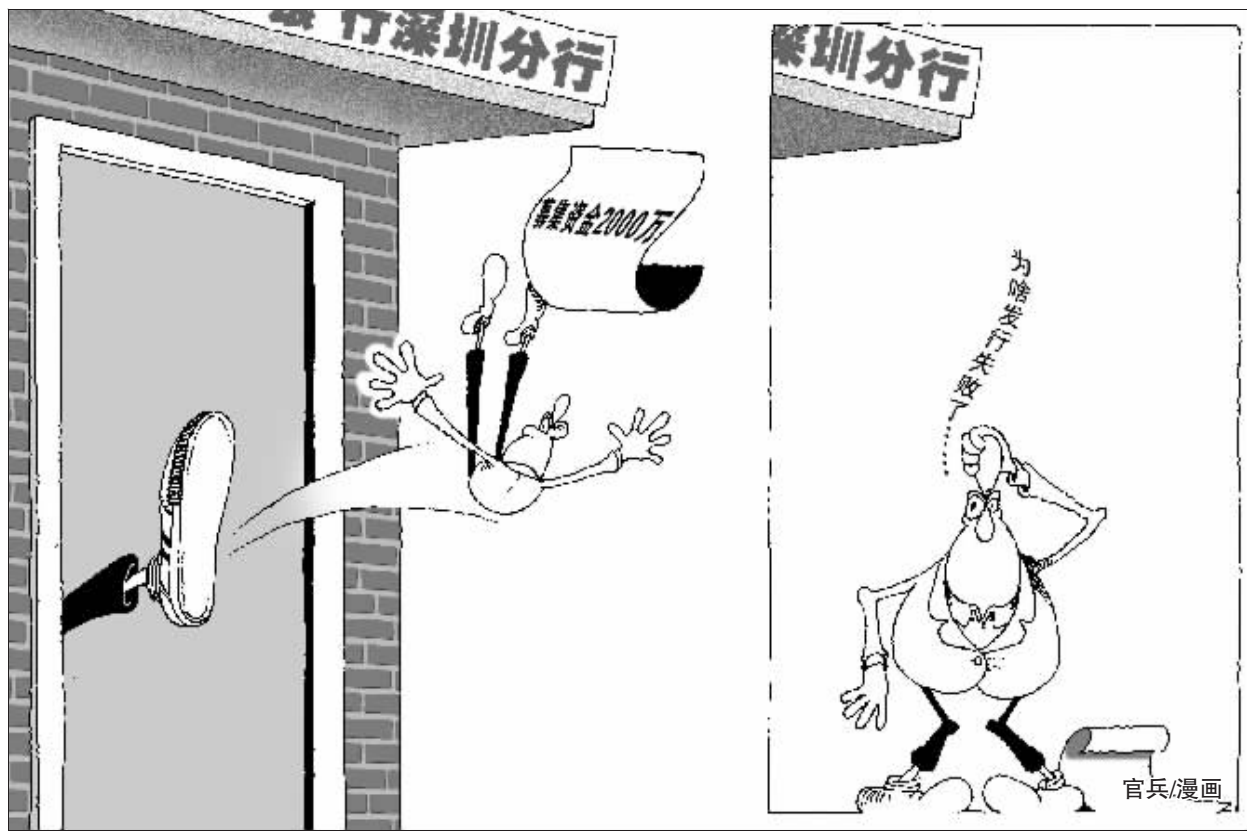
近期还有不少阳光私募产品发行陷入困境。融智投资高级研究员张月告诉记者,近期阳光私募发行非常艰难。她所知的就有北京、上海两家知名阳光私募产品募集期已经过了一大半,但募集资金也才一两千万,这离信托公司一般要求的5000万甚至更高的成立规模相距甚远。张月表示,上述产品要按

期完成募集应该还是比较难的。

在日前证券时报举办的第二届阳光私募高峰论坛上,一家私募公司总经理就表示,现在基金发行处于2008年以来甚至是近十年以来最为困难的时期。北京一位正在发行产品的阳光私募公司的工作人员也向记者表示,他们现在发行非常困难,投资者购买意愿不强。

一家券商渠道人士表示,由于市场疲软,今年以来银行在发行阳光私募产品方面都很保守,他们原本计划4月份发行的一只阳光私募产品拖到现在还没发,多家银行对已经通过行内审批的产品推迟发行甚至停止发行。张月也表示,目前私募发行艰难主要受当前市场状况影响,阳光私募的赚钱效应并没有显现出来,今年以来很多投资者还亏了不少钱。

深圳一家信托公司的项目经理告诉记者,阳光私募发行一旦失败,募集资金就要退还给投资者。至于信托账户与银行账户怎么处理,则由相关各方予以协商解决。



## 业绩不如意 一对多净值人肉帖骤减

证券时报记者 李焱焱

由于相当一部分一对多业绩不佳,持有人选择到期赎回,导致某知名财经网站的一对多净值民间人肉帖数据源骤减!曾经盛极一时,被投资者、基金公司和媒体广泛采信,号称“史上最全”的一对多净值跟踪帖,其跟踪净值表现的一对多从高峰时的七十多只骤减到目前的不到二十只。

业内人士认为,这个基金圈内炙手可热的帖子的兴衰,从一个侧面反映出一对多从轰轰烈烈入市到目前遭遇发展瓶颈的过程。

2009年10月20日,距首只一对多“中银专户主题1号”一日售罄不到50天,一位名叫“叶

2008”的网友在某财经网站论坛上发出了“基金公司一对多专户理财产品数据跟踪帖”,从最开始只谈论各自购买的产品到将所有产品表现汇总更新,再到定期的评判和小结,该帖子人气迅速飙升,成为基金圈内炙手可热的帖子之一。

随着基金公司一对多业务进入“蜜月期”,高峰时,净值跟踪帖曾收录了七十多只一对多产品的净值,覆盖了当时70%的一对多产品。由持有人发起的民间人肉帖俨然成了最详细的官方数据,其净值表格内容包含基金名称、设立时间、基金经理、管理期限、一周增长率、一周排名、月度增长率及其排名、年度排名等多项内容,由于准确全面,其净值数据不仅是投资者和媒体的

重要参考,也成为一些基金公司和研究机构作为了解一对多整体业绩的重要参考指标,甚至有基金公司引用其排名向客户宣传业绩表现。

不过,由于重仓创业板和中小板造成净值损失过快、踩错市场节奏、风格漂移等投资策略方面的失误,在到期日或打开申购赎回日到来之时,大部分持有人都选择了赎回,无法再提供数据;对一些尚未到期但业绩表现不佳的一对多,持有人则报有“哀莫大于心死”的想法,疏于再上论坛回帖更新净值数据。如此一来,由于数据源减少,即使有持有人不懈提供净值、坚持更新排名,一对多民间净值跟踪帖也难逃“门庭冷清”的命运。

截至昨日,一对多净值跟踪帖汇

总的数据已更新到6月3日,在还有净值跟踪的15只一对多产品中,今年以来,仅有南方光大2号实现了正收益,一只历来以激进著称的一对多今年以来净值下跌了15.34%,不过由于前期获利较多,目前净值仍有1.176元。

遭遇发展瓶颈期的一对多何去何从?一对多净值跟踪帖发起人网友“叶2008”的观点可资借鉴——“一对多在中国还是个新鲜事物,我们不能根据一年多的表现就说明一对多没有生命力。但是一对多的前景怎样还得靠各个基金公司的努力,这些客户毕竟是基金公司的优质客户,同时也是中国目前社会最有消费力和影响力的阶层。路还很长,怎样走不取决于客户,取决于基金公司。”

## 净值下挫 私募客户沟通变成问罪会

证券时报记者 余子君

4月以来,A股市场大幅下挫,受累于此,不少私募净值折损严重,部分投资者由于不堪忍受亏损,致电阳光私募,质问甚至辱骂客服。

由于最近净值表现不好,深圳一家阳光私募基金公司频频遭到客户“骚扰”,为此,该公司举行了一场电话会议,和客户沟通近期旗下产品表现不佳的原因、未来A股市场的走势以及该公司接下来的投资策略。但是会议一开始就演变

成为一场问罪会。

第一个客户开口就质问:“净值下跌这么快,怎么就不控制风险呢?作为专业人士,你们对风险防范怎么就这么差呢?”紧接着,第二个客户又问:“你们的风格我很明白,跌的时候也能理解,但是跌了后,你们换仓了,仓位也降下来,你们一直宣称的长期看好的品种也不坚持了,这令我很失望!”

事实上,近期遭遇这种困境的阳光私募不在少数。此前,就有一位投资者在网上发帖,声称他买了

上海一家阳光私募公司旗下的产品,当市场上涨的时候,他买的产品不涨或者微涨,但是当市场大跌的时候,产品的跌幅却大大超过市场跌幅。他实在没有办法,只好致电该公司客服人员宣泄情绪。

对于这种现象,业内人士表示,这与部分阳光私募的盲目扩张有关。在阳光私募还没有和银行等大型金融机构“联姻”之前,阳光私募的客户主要还集中于朋友圈和熟人圈,这些客户往往对于投资经理的投资理念和投资方法有较强的认同感,而且由于

和投资经理本身就是朋友或者熟人,沟通相对较多也较为顺畅,因此,很少出现上述情况。但是自从和银行等大型金融机构合作后,阳光私募的募集规模实现了大飞跃,但是由于银行对客户资料保护比较严密,很多阳光私募投资经理和自己的客户并不能顺畅沟通。加上很多投资者可能此前没有投资经验,而是被银行销售人员游说后才购买的,根本不具备风险承受能力。因此,在市场出现大幅调整后,情绪出现过激现象也是正常的。

## 专户一对多争相涌入分级基金大军

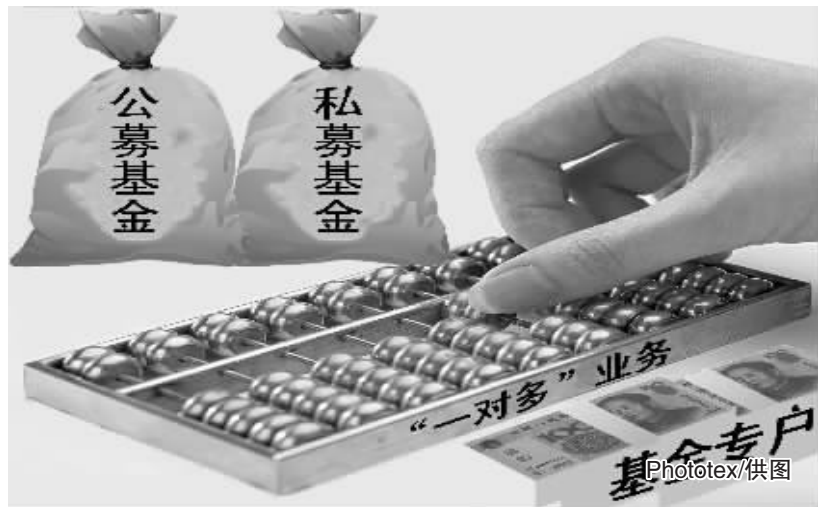
证券时报记者 余子君

自去年长盛基金公司发行了长盛同庆分级基金后,市场上便掀起了一场分级风,股票基金、债券基金、指数基金纷纷分级,就连基金专户一对多也加入了分级大军,据悉,国投瑞银、广发、华安等基金公司已经发行了相关一对多产品。

证券时报记者了解到,国投瑞银此前和中信银行合作发行了一款专户一对多产品——盛瑞1号同享共赢资产管理计划。而这款产品正是一款分级产品,共分为两级份额:盛瑞优先份额和盛瑞进取份额。两类份额的初始配比为1.2:1。盛瑞优先份额的到期基准收益为12%,且在盛瑞1号资产管理计划到期清算后的总收益率超过16%时,盛瑞优先份额可另获10%的超额收益,盛瑞1号资产管理计划

在满足盛瑞优先份额本金和上述应得收益后的剩余净资产在扣除业绩报酬后全部归盛瑞进取份额所有。该产品存续期为2年,且存续期内开放也不允许违约退出。而广发基金旗下的广发分级双赢资产管理计划和盛瑞1号同享共赢资产管理计划十分相似,也是分为两级:优先级和普通级,存续期为2年,存续期内不能违约赎回。其中优先级拥有5.5%的约定收益,而普通级则获取剩余收益,承担剩余损失。

事实上,不仅仅是国投瑞银和广发,华安基金也开发了类似产品。从该公司的公开资料来看,目前该公司专户一对多产品不仅有分两级的产品,更有分三级的产品,其中分两级的产品优先级和普通级的份额初始比例为1:1.5;而三级的产品则分为优先A、优先B和普通级,三类份额初始比例为1:1:3。



基金业内人士表示,分级基金主要是通过基金收益分配的安排,将基金份额分成低风险和高风险的两类份额,类似于结构化产品,可以同时满足不同风险偏好的投资者

要求,是基金公司的一种有益探索。但值得注意的是,由于高风险份额具备杠杆效应,因此市场加速下跌或者加速上涨时,涨跌幅会远远超过市场涨跌幅。

## 疲于应付流言 一批私募 很受伤”

熊市流言多,不过与以往熊市不同,这次阳光私募处于流言包围的中央。前有泽熙被传遭调查,后传从容价值被清盘。不过业内人士大多认为,这些非专业流言真实性极低。

二季度,市场逐渐走弱,不少私募因业绩波动而引发各种流言。上海从容投资和昔日的私募冠军广东新价值投资近日同时遭遇“被清盘”传言。此外,泽熙投资分别被传“操纵中茵股份”和“被证监会调查”,而其他私募的一些传闻也是不绝于耳。

华润深国投信托有限公司证券投资部总经理、投资总监刘辉认为,目前市场疲弱,基金业及上市公司新闻并不多,公众对新闻需求旺盛,加上媒体日益发达,流言出现并传播很正常。广州某私募基金经理也表示,私募近几年发展很快,但是市场对阳光私募的运作不是很了解,这才导致一些看起来根本不可信的传闻得到了广泛传播。

虽说流言可能多数情况下满足了公众的阅读甚至是娱乐需求,但客观上对于阳光私募产生了一定负面影响。刘辉和深圳市融智投资顾问有限公司董事长李春瑜均表示,流言将影响投资经理的投研精力,规模也将受到一定冲击。据知情人士透露,罗伟广、石波、吕俊等私募经理均因各种流言而影响了投研工作的正常进行。泽熙方面亦表示,此次传闻一定程度上影响了专心投资的心境。

刘辉还认为,流言也影响了私募的中长期投资策略,而且一些私募可能会受外界因素影响而改变既有投资风格,这样会导致部分产品投资风格的同质化。但李春瑜也认为,若有私募在客户压力下改变投资风格和策略,这种私募势必难以长期生存,优秀的私募往往能够顶住压力坚持既有投资方法。

以“泽熙投资被调查”传言为例,阳光私募目前尚未纳入监管体系,主要通过信托渠道发行。一位不愿具名的私募人士表示,理论上,只要阳光私募正常公布净值,处于正常运作状态,就不会遭到调查。从程序上说,交易所一旦发现私募有违规行为就会立即致电所属券商和信托公司,并警告私募停止交易,若私募依然我行我素,则会立即封停账号。同时,对于大的阳光私募,交易所都会每日巡视,这并不是什么秘密。业内人士透露,这种监督远远超过人们的相像,阳光私募对于市场监管绝对不敢怠慢。

泽熙相关负责人亦表示,对于私募来说,能够走到阳光化这一步,无论是账号、渠道还是客户资源都来之不易,阳光私募都会倍加珍惜。关于“清盘门”,刘辉表示,私募产品是否遭遇清盘应以所在信托公司的公告为准。(杜晓光)