

看好消费医药 私募布局后市重在防御

证券时报记者 程俊琳

6月末A股市场发力上涨,私募整体却表现不佳,平均净值依然下跌。经过6月末的反弹行情后,私募基金对后市看多情绪有所升温。据好买基金调查,三成私募基金看多后市,过半私募基金对市场呈中性看法,看空后市的私募基金比例为零,持中性观点的私募仍然最多。

好买基金数据统计显示,截至6月30日,沪深300指数单月上涨1.42%,近一月私募平均下跌0.05%,其中有320只取得正收益。本月私募趋同化也较高,有近80%私募基金盈亏在-3%~3%之间。从个别基金来看,6月份涨幅最高的中风险一号上涨8.64%,跌幅最大的星河新价值成长一期下跌14.07%。

针对私募基金的不同业绩表现,好买基金认为,6月末的急涨出乎私募基金预料,虽然有不少私募在大涨前就判断底部已经不远,但由于新一轮灾害引起的通胀压力以及其他不确定因素,这些私募依旧保持谨慎观望,错过了6月末的急涨行情。

据了解,在6月的市场表现中,私募基金集体性加仓,轻仓的私募基金明显减少。有四成私募仓位在七成以上,有一半私募基金仓位在三成到七成之间。对市场保持中性态度,不足一成私募仓位在三成以下。同时,私募整体持股集中度有所下降,四成私募持有不超过10只股票,一半私募基金公司持有股票数量在10只到20只之间,还有一部分私募持股数量在20只或以上。

来自私募基金配置的信息显示,本月私募重仓配股行业主要包括消费、医药、金融、新能源、机械、制造、房地产等。其中,有37%的私募公司重配了消费板块,有29%和26%的私募公司分别重配了医药、金融。消费、医药、金融已经连续数月成为私募基金重仓最多的行业。前期一些热门板块如化工、有色、采掘类股票则渐渐淡出私募的配置范畴。

好买基金认为,私募基金的仓位高低不仅与对后市行情判断有关,也与私募的风控制度有关。在前期市场下跌中损失惨重的私募基金倾向于在后市配置低仓位,以便控制下行风险。前期在市场下跌中受损较轻的私募基金倾向于在后市配置高仓位,以博取反弹收益。即使对市场行情的判断分歧较大,在行业配置方面,接受调研的私募基金观点仍较为一致,均表示看好消费、医药等防御类股票,对银行、地产等大盘股保持谨慎。

市场中性策略私募产品 抗跌性凸显



证券时报记者 刘明

私募产品运用市场中性策略对冲市场系统性风险的优势,在4月中旬以来的市场下跌中得以显现。

今年以来,有两款引入市场中性策略的私募产品诞生,为国内私募产品创新带来了新的方向。最新的单位净值数据显示,在4月以来下跌中,这两款产品显现出了较强的抗跌性。

天津晟晟资产管理公司担任投资顾问的民晨A、B、C三只系列产品成立于3月30日,据了解,这三只产品是国内首款运用市场中性策略运作的私募基金。截至6月25日,该系列产品成立3个月内单位净值波动微小,波幅最大不超过1%,6月25日这三只产品的单位净值为1.0095元,微涨0.95%,同期沪深300指数下跌了7.08%,中小创业板跌幅都在10%以上。另一款市场中性的私募产品是由上海朱雀投资发展中心担任投资顾问的朱雀丁远指数,该私募产品成立于4月15日,成立之后就遭遇市场连续下挫,然而,最新的净值数据显示,截至6月24日,该产品的单位净值为0.9887元,仅微跌1.13%,而同期沪深300下跌了9.72%,中小板、创业板跌幅更大。

好买基金研究员袁方表示,市场中性策略是对冲基金中一种重要的投资策略。该策略的原理是,在多头和空头同时进行操作,努力对冲掉投资组合的系统性风险,以获取超额收益。市场中性策略在市场方向性选择上则完全消除掉主观的判断,不赚取市场方向性波动的钱,只获得剔除市场波动后的超额收益。该策略与市场的相关度也相对较低。

融智投研研究员李伯元告诉记者,一般而言,私募产品在成立一两周之内就会建仓,上述两款产品在四月以来下跌中单位净值并未出现波动,应该主要是利用了市场中性策略来对冲风险。

业绩玩起三级跳、遭遇银行卡脖子、并购渐成风、微博成口水战战场

阳光私募直面震荡市之四大怪现状

证券时报记者 胡晓

今年以来A股市场先扬后抑,形成了“倒V”走势,在市场、政策等各方面不利因素的综合影响下,阳光私募行业的问题也逐渐凸显出来。

怪现状一:业绩玩起三级跳

根据过去三年阳光私募年度业绩排名的统计显示,在过去三年里,年度业绩排名前10名的阳光私募产品几乎没有重合。在2008年的熊市里,重视下行风险控制之星石占据了当年业绩排名前10名的3个席位;而2009年,熊市过去,小牛市来临,星光不再,业绩排名靠后,取而代之的是在2008年亏损严重的新价值,当年该公司旗下多只产品挤进前10名,其中新价值2期一举夺魁;在2010年业绩榜单中,排名前10的产品中也仅有1只与2009年排名前10名的产品重合。

而今年这种业绩变脸的情况似乎更为严重,阳光私募不仅长期业绩稳定性不好,就连短期业绩变脸也十分迅速。据好买基金今年发布的阳光私募月度业绩报告显示,今年年初某月阳光私募绝对收益率排名前10名的阳光私募与前一个月绝对收益排名前10名的阳光私募无一重合,值得注意的是,收益榜排名第一的那只产品,前一月排名在后10名里。

怪现状二:银行卡脖子

今年市场不好对于阳光私募发行来说本来就非常不利,但是银行等渠道的不支持以及苛刻的发行条件更是雪上加霜。”深圳一位阳光私募公司总经理如是描述今年阳光私募的发行情况。

事实正是如此,今年阳光私募不仅出现了首例募集失败的案例,而且根据私募排排网的统计,今年已经有16只产品延期募集,既包括昔日公募派的明星基金石波掌舵的尚雅17期,也包括今年上半年收益冠军呈瑞投资旗下的呈瑞5期,还包括平安信托公司发行的信托中的信托(TOT)产品。

据业内人士介绍,目前阳光私募发行主要走银行和券商渠道,而

券商渠道由于销售能力较弱,很多阳光私募都想靠上银行这棵大树。但是银行渠道不仅仅收费贵,而且更倾向于名气大、公募派出身的阳光私募,因此很多阳光私募都只能望而却步。不仅如此,由于近年来部分阳光私募业绩变脸太快、稳定性差,银行对私募的销售热情也大大降低。很多银行都不愿意销售私募产品,不少银行今年甚至叫停或者推迟发行已经通过银行审批的阳光私募。

怪现状三:并购渐成风

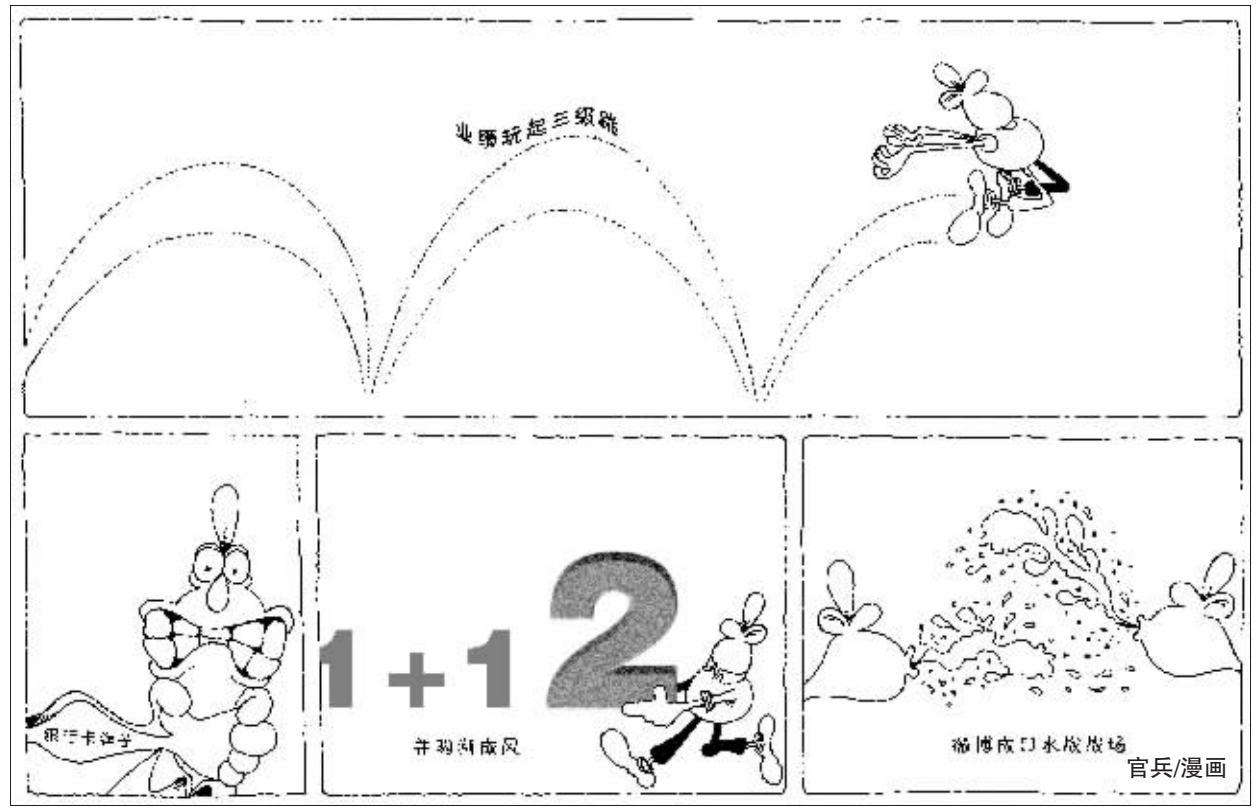
信托公司被暂停开设股票账户已经两年了,经过近两年的消耗,信托公司的存量账号也变得奇货可居,阳光私募要想获得股票账号不仅要付出高昂的账号费,而且还要满足信托公司苛刻的募集条件。为了解决这一问题,今年有阳光私募开始走上并购之路,以节省股票账号。

据私募排排网近期发布的报告显示,今年已发生5起阳光私募并购事件,分别为创赢1号、爱康1号、猎豹一期、猎豹二期。而目前阳光私募并购主要存在两种形式,一是通过取得投资顾问公司的股权来获取产品的管理权,二是通过信托公司更换投资顾问来获得产品的管理权,而这种模式则需要想取得产品管理权的公司投入一部分资金到产品中,然后按照约定比例提成。

深圳某第三方机构人士表示,阳光私募的这种并购模式确实可以达到资源优化组合的目的。目前阳光私募面临的情况是,很多优秀的地下私募管理人想通过信托来实现阳光化,但是苦于没有账号,而很多有账号的阳光私募又由于长期业绩太差,投资者赎回严重,规模太小,亏本运作,如果将二者优化组合,有可能实现“1+1>2”的效应。

怪现状四:微博口水战

去年上海某阳光私募高调引入合伙人,发行了业内首只医药行业基金,随后天时地利人和,该基金业绩表现十分出色,该公司于是乘胜追击,连续发行了多只医疗产品。但是从去年11月开始,医疗板块开始大幅调整,上述合伙人所管理的产品净值也开



始大幅下跌,亏损严重。面对直线下挫的产品净值,该合伙人的火气似乎直线飙升,甚至在微博上与一名指责他业绩差的财经记者发生了口水战。

6月7日,上述合伙人在微博上发表一条评论,指出“欧洲人吃坏肚子,A股的鲁抗涨停,莫非鲁抗的抗生素能出口到欧洲拯救世界?咱这个市场的资金缺乏科学素质但想象力超级发达。”一位财经记者回复道:“只有理解了A股市场的想象力,你才能真正理解A股市场。所以,博士,现在知道你的基金业绩为啥这么差了。如果你觉得A股市场太不规范什么的,请到你觉得好的市场去混。”面对如此评价,上述合伙人火了,随即回复:“孩子,你让我想起了药家鑫,无知而又暴戾,他今日已经伏法,证明了我们教育的失败,希望你走好你的人生路,别费心惦记别人,替人家数钱其实很傻很天真的,有空多读读书。”

确实,对于阳光私募管理人来说,产品业绩不好,将会直接面临客户以及公司的巨大压力,心情自然不好,但是由此而引发微博口水战,似乎大过,毕竟有时间与人争论还不如做好业绩。

成长中的烦恼不掩灿烂明天

业绩三级跳、银行卡脖子、并购渐成风、微博成口水战等,今年低迷的A股市场和政策环境似乎让阳光私募行业的问题集中展露出来,这让笔者不免有点为私募业担忧,然而近期市场的资金缺乏科学素质但想象力超级发达。”一位财经记者回复道:“只有理解了A股市场的想象力,你才能真正理解A股市场。所以,博士,现在知道你的基金业绩为啥这么差了。如果你觉得A股市场太不规范什么的,请到你觉得好的市场去混。”面对如此评价,上述合伙人火了,随即回复:“孩子,你让我想起了药家鑫,无知而又暴戾,他今日已经伏法,证明了我们教育的失败,希望你走好你的人生路,别费心惦记别人,替人家数钱其实很傻很天真的,有空多读读书。”

确实,任何一个行业在经历了高速增长后,必然会暴露出一系列的问题。以公募基金为例,2007年的大牛市为公募基金打造了闪亮的光环,资产管理规模达到3.3万亿,占A股市场流通市值比例18%左右,在巨大的赚钱效应下,投资者认购基金的热情达到顶峰。然而2008年熊市来临后,公募基金的光环逐渐消失,资产管理规模停滞不前、投资业绩差等一系列问题也开始逐渐暴露。

如今的私募业正如昔日的公募基金一样,在经历了2009年和2010年的高速增长后,开始显露出小瑕疵。但

这些瑕疵并不足以阻碍阳光私募的发展壮大。首先,中国的理财市场十分宽广,特别是高净值客户的理财市场还有待挖掘,而阳光私募瞄准的正是这群高净值客户,未来的发展前景可谓十分广阔。其次,与公募基金相比,阳光私募产品设计更为灵活,更能满足投资者的需求,没有仓位限制,而且在股票投资限制方面相对宽松,这样一来,如果遇到熊市,阳光私募大可空仓,规避系统性风险。此外,由于阳光私募产品的投资人相对较少,与公募基金相比,阳光私募投资者能够享受到更贴心的服务,如管理人定期打电话与投资者沟通市场走势以及交流投资心得,而这也是对高净值人群的巨大吸引力之一。

记得一位上市公司的老总说过,一个公司不可能没有问题,能发现问题是好事,没有问题肯定是坏事,解决问题应该是头等大事。我想私募业也是一样,在经历了快速发展后,暴露出行业的一些问题,这是好事,而接下来也是更重要的事情,应该是思考如何解决这些问题。

(胡晓)

中考榜单揭晓 私募新星闪耀大佬折戟

证券时报记者 胡晓

又是一年中考时,每年的这个时候,各路理财产品就像奔赴考场的学子一样,等待投资者的检视。今年上半年,在A股市场萎靡的走势下,阳光私募行业又上演了一幕一代新人换旧人的游戏,在新星冉冉升起的同时,部分昔日星光熠熠的私募明星已纷纷陨落。

新星私募闪耀

阳光私募灵活的投资风格以及较低的准入门槛决定了这是一个快速造星的行业!”一家阳光私募基金公司总经理曾经这样形容过阳光私

募行业,而这现象也确实常常上演。以今年为例,上半年股市虽然低迷,但还是有不少新生代阳光私募募杀出重围,如呈瑞投资的尚雅、利升锐华的黄河海、泽熙投资的徐翔均以优异的成绩成为今年上半年当之无愧的投资明星。

根据好买基金最新公布的阳光私募基金净值,今年上半年有12只产品收益率超过10%。其中阳光私募的新生代——呈瑞投资表现不错,该公司去年10月才发行旗下首只产品——呈瑞1期,该产品6月24日的单位净值为1.4027元,今年以来上涨幅度达到22.56%,拔得头筹。

而草根出身的黄河海今年也以优异的投资业绩让投资者记忆深刻。去年11月黄河海发行了首只阳光私募产品——利升1其,但是该产品6月27日的单位净值为1.0997元,今年以来上涨了10.44%。

除此之外,徐翔掌舵的泽熙投资虽然深陷流言风波,但今年业绩表现依旧不俗。旗下泽熙瑞金1号6月24日的单位净值为1.9542元,今年以来上涨14.05%,该公司旗下另一只产品泽熙5期,今年以来收益率也接近10%。值得注意的是,泽熙投资去年才进军阳光私募,旗下第一只产品泽熙瑞金1号去年3月才成立,但是在短短1年时间内,泽熙投资用

业绩营造出了明星的光环。

昔日大佬折戟

在新星闪耀的同时,伴随的是昔日明星的陨落。今年上半年,有不少昔日的明星投资经理亏损严重,其中新价值的罗伟广、尚雅的石波等旗下产品今年上半年全部亏损,不少产品亏损幅度甚至超过20%。

以上海一家知名私募公司为例,剔除今年成立的新产品,该公司旗下产品今年以来全线负收益。其中4只产品今年以来跌幅超过20%,按照这4只基金6月24日公布的最新净值来看,今年以来跌幅分别达到28.35%、23.55%、22.49%和

21.06%。除此之外,该私募公司旗下三只产品今年以来跌幅分别达到19.21%、18.85%和19.23%。而该公司旗下表现最好的一只基金按照6月24日公布的最新净值来看,今年以来下跌4.09%。

2009年的私募冠军——新价值的罗伟广今年也是全线溃败。按照6月24日该公司旗下产品公布的最新净值来看,新价值旗下有10只产品今年以来跌幅超过20%,而该公司和平安信托合作的黄金优选系列产品业绩更是惨不忍睹,跌幅均超过24%。

同样深陷亏损漩涡的还有石波掌舵的尚雅,该公司旗下产品今年以来同样全部亏损。

上半年135只私募产品成立 同比微降1.5%

上海博弘数君共计有17只产品成立,为私募产品发行第一大户

证券时报记者 刘明

分月份来看,1月份有淡水泉卓越1期、中睿合银9期、新价值20期等41只阳光私募产品成立,是今年上半年成立产品数量最多的一个月;2月份成立数量为16只,3月份25只,4月份32只,5月份15只,6月仅有6只产品成立。

可以看出,阳光私募发行在1月份、3、4月份较为集中,2月、5、6月都出现较大幅度的下滑。业内人士表示,这与市场行情以及

银行的渠道销售意愿存在一定的相关性,1月初,银行各项业务有创造开门红的意思,该月发行的私募产品数量自然较多;而1月、4月A股市场的下跌则是2月与5、6月阳光私募发行骤冷的重要原因。此外,6月底银行揽存也是造成6月份阳光私募发行仅为个数不可忽视的因素。

从担任投资顾问的私募公司来看,以量化投资闻名的上海博弘数君是私募产品发行的第一大户,今年上

半年成立了博弘2期等17只产品,产品受托人均均为外贸信托公司;朱雀投资受托人均为朱雀丁远指数等5只产品成立;尚雅投资、重阳投资等多家私募分别有4只产品成立。

担任受托人的信托公司中,外贸信托、中融信托、兴业国际信托等传统几家阳光私募受托大户仍占据了主力地位,凭借博弘数君的系列产品,外贸信托以受托26只产品位列受托产品数首位;中融信托与

兴业国际信托分别受托19只、18只,位列2、3位。此外,中信信托受托15只产品,平安信托与华宝信托均受托14只产品。

深圳一位私募研究机构研究员表示,虽然今年以来市场表现不佳,但总体上阳光私募仍发行了不少产品。长期来看,阳光私募的扩容势头还将继续。而且在基金法修改后将阳光私募纳入其中,届时阳光私募的认可度将大大提高。