

阿里上市冲击腾讯QDII第一重仓股宝座

今年9月19日,阿里巴巴在纽交所上市,成为全球最大的IPO,也一举取代腾讯成为中国互联网的龙头股。阿里上市前后,海外机构投资者一直在讨论是否从腾讯换马到阿里,此前的2014年二季度末QDII投资中,腾讯是QDII第一大重仓股,持股超过22亿元人民币。

阿里上市后,QDII是否会从腾讯换马到阿里?主流观点认为,阿里上市多少会对腾讯控股的股价和QDII第一重仓股有一些影响,但短期内难以改变腾讯的QDII第一重仓股地位。2015年有可能把腾讯控股从第一大重仓股“拉下马”。

阿里新股QDII获配少

阿里上市后,机构获配阿里新股的信息并未公开,但从媒体报道和记者了解情况看,能够获配阿里新股的QDII数量很少,获配金额相比QDII基金规模来看,比例也较低,远低于重仓腾讯控股的投资比例。

记者了解到,已知确认获配部分阿里新股的有华夏全球和博时大中华亚太两只QDII。华夏基金获配2000万美元,华夏香港获配160万美元,是国内所有基金公司获配阿里巴巴新股最多的。记者从有关渠道获悉,华夏基金获配的2000万美元中有一部分为华夏全球获配的,具体金额并不多,对规模超过120亿元的该QDII贡献很少,远低于该QDII中报中持有6.44亿元腾讯控股的市值,腾讯控股为华夏全球第一大重仓股,持股占市值比例为5.29%。

博时基金公司合计获配约500万美元的阿里新股,主要获配的为旗下6只具有海外打新投资渠道的专户产品,在公募基金产品中,博时大中华亚太QDII部分获配阿里新股,该QDII在2014年中期的规模约为1.8亿人民币,并未持有腾讯股票。

上海一位基金分析师表示,QDII获配阿里新股的规模很小,相比阿里巴巴2200多亿美元市值,以及在港股中的地位,预期未来将有部分

腾讯控股	VS	阿里巴巴
港交所	上市地	纽交所
2004年6月16日	上市日期	2014年9月19日
116.5港元	今年9月26日收盘价	90.46美元
1.09万亿港元 (约合1405亿美元)	今年9月26日总市值	2273亿美元
22.26亿元人民币	今年中期主动QDII重仓市值	-

QDII主动在二级市场买入阿里巴巴的股票,毕竟阿里巴巴一上市,即已成为海外中概股的龙头,市值能和阿里巴巴相比的只有中石油、中国移动和工行建行等大银行股。

阿里上市 腾讯股价受压

事实上,早在阿里巴巴上市路演期间,已经对腾讯股价产生一些压制作用。

这种作用海外市场称之为换马效应,指的是当重要行业的超级股票上市,或新纳入重要指数时,投资者会将原有的同行业类似股票部分换到新股,或者将指数剔除的股票换成新纳入指数的股票等换股投资行为。

今年8月中旬,当腾讯控股公布了略超预期的第二季度业绩时,股价最高曾达到134港元,当时不少券商提高腾讯控股的目标价和投资评级,也有部分券商看到换马阿里对腾讯控股的负面影响,而下调投资评级。

阿里上市前和上市初期,腾讯控股的股价果然受到一些压制,从134港元下降到了上周五收盘的116.5港元,阶段下跌13.06%。业内人士分析,腾讯控股最近的弱势表现有两大主要原因,分

别为阿里上市影响和港股的整体调整,和腾讯基本面变化关系不大,因为第二季度以来腾讯控股的基本面表现一直较好。

换马是否影响 第一大重仓股

从QDII投资来看,腾讯控股是绝对的第一重仓股,30多只主动投资QDII中,21只重仓持有腾讯控股市值达22.26亿元人民币,约合28亿港元,是QDII第二大重仓股持股市值的2.5倍,第二大重仓股是建设银行,6只QDII重仓持有8.95亿元人民币。

值得注意的是,四大百亿级QDII全部重仓持有腾讯控股。嘉实海外、华夏全球和南方全球的第一重仓股均为腾讯控股,上投亚太的第三重仓股是腾讯控股,这四大QDII的持仓市值合计达到了21亿人民币。其他17只重仓腾讯控股的QDII中,有多只产品的前两大重仓股中有腾讯控股,包括近几年业绩领先的广发全球精选、华安香港精选等QDII产品。

以9月26日的收盘来看,纽交所上市的阿里巴巴股价为90.46美元,市值为2273亿美元;港交所上市的腾讯控股股价为116.5港元,市值1.09万亿港元,约合1405亿美元,阿里巴巴的市值约为腾讯

控股的1.6倍。从市盈率来看,阿里巴巴市值对应的滚动一年收益市盈率约为41倍,腾讯控股约为42倍,两者基本相等;相比2014年4月到2015年3月底的年度预期盈利来看,阿里巴巴约为32倍市盈率,腾讯控股约为30倍市盈率,两者同样是相差不大,阿里巴巴的预期市盈率略高于腾讯控股。

一位重仓腾讯控股的QDII基金经理表示,海外机构投资者已经通过新股投资对阿里进行了大举建仓,QDII产品由于很难拿到阿里上市的原始股,配置比例明显低于国际同行,未来有加大阿里配置的需求。但一般来说都不会在上市初期大举介入投资阿里,而是会等阿里股价稳定,再多看看阿里的第三季度盈利能力变化之后,再择机建仓,因此建仓时期可能要等到今年四季度到明年上半年。

他进一步表示,由于阿里和腾讯的总体估值相差不大,总市值和在国内的影响也在同一档次上,都受益于中国互联网市场发展。对QDII基金经理来说,换马阿里同样可以分享中国互联网成长收益,如果阿里的盈利增长和发展势头更快,更好一些,不排除2015年阿里将腾讯的QDII第一重仓股“拉下马”的可能性。

QFII额度不敌QDII RQFII香港额度全部批完

9月QFII总额度增至622.11亿美元,但较QDII的846.93亿美元额度仍少超过200亿美元。而截至9月26日,RQFII总额度达到2833亿元人民币,其中给香港地区2700亿元额度已全部批出。

外管局网站9月26日公布的最新QFII、QDII和RQFII额度信息显示,9月有多家QFII获批额度,使得QFII总额度增至622.11亿美元,但较846.93亿美元的QDII额度仍然少了超过200亿美元,而截至9月26日,RQFII总额度达到2833亿元人民币,其中给予香港地区的2700亿元额度已经全部批出。

在沪港通推出预期刺激下,三季度以来外资对A股的投资需求强烈,QFII额度成为进入A股的主要通行证之一,有多家QFII如于9月22日获批新增或首次获得投资额度,其中香港金融管理局获批10亿美元额度,总额度升至25亿美元。加拿大年金计划投资委员会获批6亿美元额度,总额度翻一番,德国商业银行、泰康资产管理(香港)有限公司、国信证券(香港)资产管理有限公司、彭博家族基金会分别获批3亿、2亿、2亿和0.75亿美元额度,荷兰基金则被减少0.385亿美元额度,这样,9月份QFII额度净增加23.365亿美元,约合人民币143亿元。

截至9月26日,256家QFII累计可投资额度达到622.11亿美元,虽然稳步增长,但相比投向海外

的QDII额度,仍然低了不少。外管局披露信息显示,截至9月26日,123家银行、证券、保险和信托等机构合计获批QDII额度846.93亿美元,比QFII额度超出逾200亿美元,其中外贸信托和平安银行于9月22日首次分别获批5亿美元和2亿美元额度,可以为客户进行境外投资。

备受市场关注的RQFII额度方面,外管局信息显示,截至9月26日RQFII总额度已达2833亿元人民币,其中给予香港地区的2700亿元额度全部批出,拥有南方A50ETF的南方东英资产以461亿元额度位居首位,易方达资产管理香港公司、华夏基金香港公司RQFII额度也分别达272亿和218亿元,嘉实国际和海通国际控股获批额度均超过百亿,分别达147亿和107亿元,上述五家机构获批RQFII额度最多。除了香港地区之外,新加坡和英国等地机构也分别获批52亿和81亿元RQFII额度。

目前看,由于给予香港地区的额度已经全部批完,但外资对投资A股的需求依然强烈,对此,外管局有关负责人在上周四新闻发布会上表示,正与其他部门研究RQFII额度扩大等相关问题。这意味着未来RQFII的额度有望继续增加。

千三收费逼货基撤离淘宝店

不是不爱,是因为爱不起。最后的狂欢,广发钱袋子、广发天天红、广发货币9月30日起挥别淘宝。”这条鲜红的标语占据着广发基金淘宝店最显眼的位。标语下方还有一个倒计时,清晰准确地营造着离别的情绪。让这家排名前十、基金管理规模超千亿元的老牌基金公司如此黯然的,是淘宝对基金店铺收费规则的调整。

货基选项消失 多家货基下架

淘宝将从10月1日起,统一基金店铺的收费标准,按每笔订单3%收费。而此前,淘宝对货币基金不收费,对权益类基金收费为6%。淘宝基金项目公关经理郭玲对媒体解释,费率调整的原因是对淘宝理财的重新定位,淘宝理财未来将专注发展成为权益类理财产品的销售平台。

好买基金研究中心认为,新政之下,权益类基金会得到支持,但是C类基金以及货币型、理财型基金会受到较大冲击。目前货币型、理财型基金的管理费一般在千三左右,按照淘宝的新收费规则,卖出一单即要把全年管理费贡献给淘宝,如投资者持有不足1年,或反复申赎几次,基金公司就要遭受损失。”

据不完全统计,除了广发货币基金将挥别外,华夏、南方、兴业全球等10家基金公司已经将旗下的货币基金全部下架。华夏基金的客服人员表示,由于淘宝对货币基金收取服务费,从成本收益角度考虑,将其下架了。

在淘宝基金理财页面上,基金筛选的基金类型选项里,只有股票基金、债券基金以及混合基金等,货币基金的选择项已经消失。

多方共输 黯然分手

这一切发生得太快。基金公司和淘

宝的货基之恋,从热恋到分手,还不到一年的时间。

2013年10月31日,淘宝获得证监会出具的无异议函,获准销售基金。第二天,被当时媒体报道为“互联网金融史上具有标志式意义的基金淘宝店”上线。首批包括广发、兴全、华夏的17家基金淘宝店正式亮相。

各家基金公司成为“站在互联网风口上的猪”,使尽浑身解数。国泰基金特地为网店制作了“聚有才”动画片;广发基金晒收益送货币基金;银河基金使用三国人物漫画与其产品做对应。

基金公司希望互联网能成为搅动

沉闷、严肃的基金营销界的一条鲶鱼,但是效果却并不理想。

公开数据显示,去年基金淘宝店上线首月,销售约4.3亿元,成交超9万笔。而截至今年9月15日,34家基金公司在淘宝上共卖358只产品,合计总销量仅约为13万笔。在这358只在售基金中,偏股类基金占约60%。在售的货币基金,平均月销量只有几十笔,而泰达宏利货币基金B、银华多利宝货币基金月成交记录则为零。

上海光大保德信基金相关人员告诉中国基金报记者:在互联网上卖货币基金,因互联网的寡头垄断格局,赢家通

吃,营销成本及后台开发成本居高不下,这些都势必影响基金销售的效果。”

好买基金研究中心在一篇题为《基金淘宝店失败再反思:互联网金融应以何为重》的报告中写道:“各方在淘宝的这一决策中都没有讨到什么便宜,可以说是多方“共输”的一个局面。对于基金网店的未来,我们并不抱乐观的态度。”

在离开淘宝之后,各家基金公司都在为自己的货币基金寻找更合适的道路。换马阿里同样可以分享中国互联网成长收益,如果阿里的盈利增长和发展势头更快,更好一些,不排除2015年阿里将腾讯的QDII第一重仓股“拉下马”的可能性。

淘宝收费 一切为了余额宝?

近期,一批货币基金纷纷表示从淘宝下线,原因在于淘宝网即将把货币基金视同其他偏股、债券基金一样,对每次申购收取3%的费用。

这点费用对于收取0.6%申购费的偏股基金算不了什么,对于没有申购赎回费的货币基金来说,是天文数字!货币基金一年的管理费和销售服务费全部加上去,也够投资者申购两次的。然而,一般情况下,投资者持有货币基金的平均期限只有1个月到2个月,也就说一年要申赎6次到12次,如果每次申购都收千三的费用,这是让基金公司亏死的节奏,难怪基金公司纷纷下架淘宝网上的货币基金。

我们看到的只是事情的表面,背后是否另有玄机呢?有一种看法认为,淘宝此举涉嫌为保护收益率处于劣势的余额宝,用收取千三申购费的方式让淘宝基金店上的其他货币基金

知难而退。持此看法的人士认为,余额宝不仅是马云阿里巴巴集团的旗舰互联网金融产品,阿里巴巴还持有天弘基金51%的股权。

余额宝也许没这么“算计”,然而选择2014年第四季度开征千三申购费,这个时点也令人颇多猜想。余额宝收益率已经下降到了4.1%至4.2%,而其他不少货币基金依然可以保持4.5%左右,甚至一些可以达到5%。收益率的巨大差距,让部分投资者选择了用脚投票,淘宝上的一些货币基金颇为热销,分流了余额宝的市场份额。有基金公司市场人士表示,淘宝基金店中绩优货币基金最近一个多月的销量颇为可观,比此前几个月的总销售量还高。

例如,广发旗下3只淘宝上线货币基金最近1个月卖出近7000件(广发天天红4610件、广发钱袋子1789件、广发货币275件,还在不断变化),累计销售

金额近5000万元。

事实上,对淘宝来说,这不是第一次因余额宝招致“算计”之名。今年7月开始,阿里巴巴旗下淘宝天猫商城推出了分期贷业务,投资者购买天猫的部分商品时,可以3个月分期延期支付,用余额宝份额作为全额担保,最多可享受余额宝的3个月收益。

有业内人士对此解读说,这实际上是对余额宝的“变相补贴”,“算计”的是淘宝天猫店主,让他们实质上给了购买者3个月的账期。此举让天猫的一些商家叫苦不迭,3个月的余额宝收益权本应属于他们!

一只手拿天猫店店主的利益变相补贴余额宝,另一只手摘叶伤人,逼退淘宝基金店上的其他货币基金,在这样的“精心呵护”下,余额宝规模到底如何?一切都要等10月份公布的基金季报数据。

新基金营销首次涉足手游 广发百发100基金指尖淘金

自公募基金触屏以来,基金的营销方式发生了诸多变化,微信营销、淘宝营销、视频营销等热潮不断,不过这多发生在老基金的持续营销层面。近日,向来以金融服务创新闻名业内的广发基金,首次将手机游戏创新性地引入新基金营销,用户通过参与“百发百中”互动游戏,可增加对广发旗下新基金广发百发100指数基金相关情况的了解。

据了解,“百发百中”游戏将于国庆节后10月8日正式推出,在操作上极为简单,用户注册登录后只需在当日下午13:00前选择涨跌选项,即可成功参加投注。在金币获取上,用户除了押注成功赢得外,参加游戏和每日首次登陆均能获得数量可观的金币,并且每日均有中奖机会。如果用户在活动结束的最后三天参与该游戏,还有机会将当日赢得的金币翻1至3倍。对于习惯“晒”动态的朋友而言,将游戏分享到朋友圈还可获得额外金币。活动结束后,排名前5408的用户均有机会分享总价超过20万的神秘大礼。

广发基金相关人士告诉记者,推出“百发百中”游戏的初衷,是为了让更多用户在工作之余放松心情,吸引他们关注理财知识。如“百发百中”游戏对接的是广发旗下的新产品百发100指数基金,用户如果希望在游戏中获取更大胜算,需要积极关注百发指数的相关情况,进而对百发100指数基金等投资理财产品的优势增加了解。

记者了解到,广发百发100指数基金是依据国内首个大数据金融指数“百发100”设计而成的国内首

款大数据基金产品。该基金通过对全市场上市公司的综合财务因子、综合动量因子和百度金融大数据技术计算综合评分并降序排列,选取排名前100名的股票作为成份股进行投资。新数据显示,截至9月26日,百发100指数今年以来涨幅已经达48.33%。

市场分析人士指出,尽管此前有基金公司推出过游戏类的基金营销策略,但首发产品营销中策划投资者通过动手参与移动终端财富游戏体验产品的活动,这在业界还是第一次。尤其值得注意的是,广发百发100指数基金是业内第一只互联网大数据基金,而“百发百中”游戏的用户参与感极强,真正体现了互联网大数据基金“我的指数我做主”的精神。该人士指出,这种寓教于乐的创新举措有利于将投资理念润物无声植入到投资者的意识里,也同样值得基金公司进行投资者教育时借鉴。

在互联网金融的浪潮下,广发基金近年来营销手段创新频出。此前广发基金在微信平台推出的财富游戏体验游戏“加油!百发100”,由于操作简单、易于分享,在微信朋友圈中广为传播,为广发基金在游戏传播领域积累了超高人气。此次推出“百发百中”游戏,更体现出广发基金在电商发展的道路上,运用互联网思维服务用户的初衷。据悉,备受关注的中国第一只互联网大数据基金——广发百发100指数基金将于10月20日起通过广发基金、兴业银行、百度等渠道通过线上、线下30亿限量发售,而据说其销售方案也将是业界一大特色,投资者将拭目以待。

(CIS)