

## 大成新锐产业股票基金 今日起发行

证券时报记者从大成基金了解到，大成新锐产业股票基金今日起正式发行。

拟任基金经理刘安田表示，影响 2012 年市场走势的因素多而复杂，综合而言，大成基金看好受益于中国经济结构性转型的、代表新兴生产力和社会发展趋势的新锐产业的未来表现。公开资料显示，大成新锐产业股票基金将主要投资于新锐产业中那些具有源于技术、能力或模式等方面的优质、高速增长上市公司。

(杨磊)

## 上投摩根全球天然资源基金 今日起发行

聚焦“金水木火土”五大资源行业的上投摩根全球资源基金今日起通过各大银行及券商正式发行，投资者可借助此产品，把握经济脉动中的投资机会。

拟任基金经理张军表示，央行行长周小川最近力挺欧债的表态让市场进一步缓解了市场对欧债问题的焦虑。随着系统性风险降低，今年或可继续看多一些大宗商品，如铜、铁矿石等供给紧张的品种等。

(张哲)

## 金鹰持久回报分级债基 今日开始募集

金鹰基金公司发布公告，金鹰持久回报分级债基今日开始募集。该基金通过分级设计，为投资者提供了两类份额，即低风险的回报 A 份额及高杠杆回报 B 份额。该基金拟由邱新红掌舵，邱新红同时担任金鹰保本基金经理。据银河数据统计，截至 2012 年 2 月 10 日，金鹰保本成立以来净值增长率达 2.9%，在同类基金中排名前列。

(杨磊)

## 天弘丰利B 今日登陆深交所交易

天弘丰利分级债券基金 B 份额今日起正式在深交所上市交易，投资者可在二级市场上自由买卖。据悉，天弘丰利 B 成立于去年 11 月 23 日，截至 2 月 17 日，已上涨 5.62%，在同期同类基金中排名第一。

业内人士表示，在债市走牛已成定局的大背景下，建议优选债券投资能力强、带有杠杆的分级债基 B 份额进行投资。

(贾壮)

## 长城久兆中小板300分级 指基场内份额明日上市

近日分级基金表现抢眼，新上市的分级基金成为炙手可热的焦点。据悉，首只跟踪中小板 300 指数的分级产品——长城久兆中小板 300 指数分级基金已于 1 月 30 日成立，其场内份额将于 2 月 21 日正式登陆深交所，分级市场再添生力军。

长城久兆基金经理陈硕表示，在分级基金中，指数分级基金操作最为透明、最具有可预见性。长城久兆跟踪标的中小 300 指数在收益率、成长性等方面都具有优势。

(杜志鑫)

## 汇添富基金旗下多只基金 获五星评级

汇添富旗下多只基金获得五星评级。银河证券基金研究中心数据显示，截至 2 月 10 日，汇添富优势精选成立以来，年化平均净值增长率高达 25.26%，在同类基金中居第 7 位，成立以来取得了 330.02% 的回报，累计分红超 36.08 亿元。汇添富旗下另一只基金——汇添富价值精选也同时获得过去两年的五星评级。另外，作为银河证券过去一年和过去两年的双五星评级基金，汇添富成长焦点近三年回报接近 30%，在同类基金中居第 14 位。

(梅秦)

## 首只上市交易 沪深300分级基金涨停

首只上市交易的沪深 300 指数分级基金——信诚沪深 300 的 A、B 份额 17 日正式登陆深交所。截至当日收盘，信诚 300B 涨停报收 1.101 元，信诚 300A 跌停报收 0.903 元。

对此，信诚基金数量分析总监、信诚沪深 300 分级基金经理吴雅楠表示，2 月 17 日是信诚 300A/B 第一天上市，当前指数分级基金的折溢价情况普遍为 A 折价 18% 左右，B 溢价约 20%—30%，信诚 300A/B 的涨跌停表现大致反映了目前这种折溢价情况，接下来还会继续向这一市场中轴靠拢。

(张哲)

# 跨市场ETF将临 引发基金业三大猜想

证券时报记者 木鱼

上周证监会公布的新基金审批进度表显示，沪深两市的跨市场开放式交易型指数基金（ETF）获得受理，分别为计划在深交所上市的嘉实沪深 300ETF 和在上交所上市的华泰柏瑞沪深 300ETF 及联接基金。跨市场的沪深 300ETF 即将推出，给基金业带来了三大猜想。

### 能否吸引百亿期指套利资金关注？

基金业内看好跨市场 ETF 最大的理由之一在于股指期货，目前国内股指期货只对应沪深 300 这一个指数，跨市场的沪深 300ETF 被认为是对冲股指期货的最佳投资工具，在这个产品推出之前，基金业内普遍采用沪深市场各一只 ETF 进行组合的方式替代沪深 300ETF，通常采用上证 180ETF 和深 100ETF 的组合或上证 50ETF 和深 100ETF 的组合。

从市场容量来看，目前活跃在 ETF 的股指期货套利资金超过 100 亿元，上证 180ETF 从推出股指期货以来增加了超过 100 亿份，

深 100ETF 和上证 50ETF 的份额增量中也有大批股指期货套利资金。

新推出的沪深 300ETF 能否吸引这上百亿期指套利资金的关注？这主要取决于沪深 300ETF 的跟踪误差和流动性，而要做到这两点都必须有基金规模的支撑，因此新推出的沪深 300ETF 先要有一个较大的新基金募集规模，保证在产品上市一段时间内能有比较好的流动性，同时，也只有 ETF 管理达到一定规模，才能降低跟踪误差。



吴比较/制图

### 能否吸引千亿沪深300 指数基金投资者关注？

沪深 300ETF 及联接基金推出之

## 为防A类份额持续折价 新发股票分级基金设定运作期

证券时报记者 刘明

在股票分级基金低风险份额（A 类份额）场内面临持续折价之时，基金公司再度发行设定运作期的股票分级基金，到期后分级基金转为上市开放式基金（LOF）。基金业内人士表示，具有运作期的股票分级基金的再度推出，将有效改善目前股票分级基金 A 类份额大面积折价以及交投不活跃的状况。

近日，中欧盛世成长分级、国联安双力中小板综指分级两只股票分级基金相继发行。值得注意的是，与此前多数股票分级基金永续分级存在不同，这两只分级基金都有三年的分级运作期，运作满三年后终止分级运作而转为 LOF。

据了解，自 2009 年 5 月长盛同庆、2010 年 2 月国泰估值优势两只只有分级运作期的基金成立之后，先后有 10 余只股票分级基金发行成立，但均为永续分级基金。

国金证券基金研究员王聘聘表示，设定运作期的股票分级基金再度发行，与目前市场上股票分级基金的 A 类份额持续折价有一定关系，A 类份额的持续折价与永续上市导致 A 类份额的投资者的本金面临一定的风险，也因此 A 类份额的交投并不活跃。

数据显示，目前已上市的股票分级基金 A 类份额的折价率多在 15% 以上，近半数基金今年以来的日均换手率低于 2%，且近半数基金今年以来的成交额低于 1 亿元。

国联安基金市场部人士告诉证券时报记者，国联安双力中小板综指之所以设计三年分级运作期，就是为了防止 A 类份额始终处于高折价状态，为投资者在基金分级运作到期后按单位净值赎回提供了途径。这也是同庆 A 与国泰优先折价较少的重要原因。

富国基金产品设计人士表示，股票分级基金 A、B 两类份额上市后，经常是一上市 A 类份额折价、B 类份额溢价，虽然母基金整体折溢价率可通过场内外转托管机制得到控制，但单一份额的折溢价率却经常出现较大波动，不利于对单一份额有需求的投资者。设定运作期可对这类波动进行有效控制。鉴于设定运作期具有的这一优势，预计未来可能还会有更多基金公司设计这类产品。

## 2月QDII涨势不减 新兴市场继续领航

证券时报记者 姚波

2 月以来，合格境内机构投资者（QDII）基金总体延续 1 月涨势，投资新兴市场的 QDII 基金保持领先，而大宗商品类 QDII 基金较 1 月份的表现发生逆转。

开年给投资者带来惊喜的投资新兴市场的 QDII 基金，进入 2 月势头不减，截至 2 月 16 日，华安大中华升级、国投瑞银新兴市场 and 景顺长城大中华 2 月份涨幅分别为 4.83%、4.70% 和 4.45%，位于当月涨幅前三位，而国投瑞银新兴市场、海富通大中华精选及招商标普

金砖四国等投资新兴市场的 QDII 基金，则以累计 17.77%、17.42% 和 15.70% 的涨幅，领先今年以来的 QDII 基金排行榜。

此外，受益于资产避险和宽松预期，美股类 QDII 基金收益保持上扬，尤以纳斯达克指数基金为代表。今年以来，国泰纳斯达克 100 指数上涨 12.38%，2 月仍有 4.33% 的涨幅，保持领先，大成标普 500 等权重和长信标普 100 等权重 2 月以来涨幅分别为 3.87% 和 2.72%，在 QDII 中处于中上游水平。

大宗商品的波动性带来不同资产类型出现分化。1 月黄金基金领

涨大宗商品基金，不过 2 月出现逆转。汇添富黄金及贵金属 2 月以来下跌 0.84%，而 1 月上涨了 10.70%；诺安全球黄金、嘉实黄金和易方达黄金主题的增长率均出现小幅回撤。不过，油气资源却打了个翻身仗。华宝兴业标普油气 1 月上涨 1.23%，2 月以来伴随油价上涨，涨幅达 6.97%。

对于 1 月以来全球资本市场的强劲表现，上投摩根分析认为，这主要得益于欧债问题的缓解，投资者情绪得到改善，资金回流到风险和收益较高的亚太等新兴市场。上投摩根表示，随着系统性风险降低，今年或可继续看多新兴市场和一些大宗商品。

### ■记者观察 | Observation |

## 高佣金成常态 基金品牌竞争初露端倪

证券时报记者 张哲

尾随佣金涨到 75% 了！比此前 70% 的坊间纪录又涨了 5 个百分点。不知不觉间，基金业佣金高企已经成为常态。此时，也正是基金真正进入品牌竞争的开端。银行和券商理财产品崛起、渠道费用坐地涨价，新基金发行屡创地量。基金业出路在哪里？市场化程度高的商业银行，更愿意自主选择合作的基金伙伴。”谈及公司未来出路，上海一家小公司高管深有感触。

诚然，除去那些口含金钥匙出生的“富二代”，更多的基金公司

和商业银行之间是商业合作，谁强谁就是买方。

基金公司上门拜托银行卖基金。而银行设置了门槛，有条件接待。先看名片：“富二代”，行情好加上股东支持，几十亿的首募规模不在话下，而如果市场不给力，“富二代”发行之后业绩常常“坑爹”。到最后，即便是“富二代”也得给激励费。

业绩+品牌，就是基金公司进入银行的通行证。”上海某公司市场人士不无感触地说，如果你长期业绩和品牌的巨头，银行来求你而不是你去求银行。如果跟基金公司的合作伤害了银行的客户，

给再多的激励费也是徒劳。”

事实上，在目前基金业，品牌的影响力超过业绩。上海某小型基金公司近几年股票基金业绩不俗，不过品牌不够强，其规模一直做不大。可见，尽管业绩仍是基金公司竞争的一大战场，但越来越多的公司已经意识到品牌才是硬道理，一些大公司品牌策略已经走在行业尖端，富国基金近期通过“超越”系列微电影为公司品牌形象增色不少。

上述上海某小公司高管透露，今后公司在做好业绩的同时，主要力量投入品牌建设。品牌是大方向，只要持续努力，百年资产管理公司的品牌就水到渠成。”

## 独立销售机构拿牌在即 三方支付已完成备战

证券时报记者 李涓涓

基金三方销售机构拿牌已进入倒计时，除了翘首以盼的各路准三方销售机构外，第三方支付机构也已经完成了所有准备、接入、测试和试运行工作。证券时报记者近日获悉，作为首家获得证监会批准开展网上基金销售支付结算业务和首批获得央行颁发的《支付业务许可证》的第三方支付机构，汇付天下已经和数十家准三方机构签约，其中包括拿牌“呼声”最高的三家机构，一旦基金销售机构牌照到手，支付结算系统即可投入运行。

汇付天下有关人士透露，他们和准三方销售机构的接洽合作数年前已经开始，只要基本条件具备、有可能拿牌的机构我们都已经进行前期的合作和测试了。”该人士称，业内此前流传的最有可能拿牌的三家机构早就已经在他们合作的名单上。除了目前为基金公司直销模式提供支付渠道外，随着基金三方销售机构

以减少 ETF 基金必须保留的 5% 现金给基金资产造成的资金闲置，有望吸引一些市场敏感度高的投资者，从普通沪深 300 指数基金转向沪深 300ETF。

但沪深 300ETF 的联接基金和此前发行的沪深 300 指数基金相比并没有太多优势，都只是紧跟 95% 的沪深 300 指数。

### 是否有基金转换成沪深300 联接基金？

嘉实上报的沪深 300ETF 产品并没有联接基金产品。嘉实基金是最早发行跟踪沪深 300 指数基金的公司，嘉实沪深 300 也是目前基金中管理份额最大的一只产品，达到了 420 亿份。嘉实沪深 300 能否转换沪深 300ETF 联接基金值得业内关注。一旦转换成功，将大大增加嘉实沪深 300ETF 的资产管理规模，形成明显的规模优势，而规模优势正是实现指数基金长期跟踪误差小的最重要因素。

不过，指数基金要转换成联接基金必须由基金持有人大会通过，由于嘉实沪深 300 指数基金 80% 以上都是个人持有，联系到足够的持有人同意基金转换有一定的难度。

即将拿牌入市，汇付天下的支付模式亦将随之调整。

可以想见，独立基金销售机构的商业模式肯定是五花八门，有开实体基金超市的，有搞理财配置的，有做咨询服务的，有的走廉价销售模式，有的走高端顾问服务路线，一定不是简单的机构。而我们要做的事情就是充分沟通，根据他们的商业模式，定制不同的支付解决方案。”该公司总裁周晖此前表示。

目前，除了汇付天下，通联支付和银联电子也已经获准开展网上基金销售支付结算服务。据了解，这两家第三方支付机构也在一边忙于和基金公司谈合作，一边在和各路准三方销售机构进行对接和测试。

上海一家中型基金公司市场部人士认为，基金销售机构在初创期规模很小，没有能力也没有必要自己建 IT 系统，因为 IT 系统要符合银行安全的要求才能完成接口，这需要挨家去跟银行洽谈，耗时耗资巨大。三方支付机构已经捆绑打包了这些支付需求和银行谈好，并且为独立基金销售机构提供个性化的支付结算解决方案。

## 基金私募类业务营销任务重 安抚客户挤占调研时间

证券时报记者 木子

重要客户平均两三天就有一个对投资方面的建议需求、重要客户每年要走访四五次、一旦净值低于面值就得写亏损报告、业绩没有起色还得由领导带队“背书”……由于年金、一对一等私募类业务客户强势，有基金公司投资经理感叹，私募业务不好干。

一家大型基金公司的投资经理算了笔账，如果把资金规模在 10 亿元以上的企业客户算作大客户，一般大型基金公司的投资经理手里可能有四五个以上这样的重要客户，每年的日常拜访加上业绩不好时去沟通背书，按 4 次计算，一年就需要出差 20 次左右，如果出现像去年股债双杀的行情，营销沟通的次数就更多，联合调研和路演都没有时间参加了。”

客户拜访一般情况下是能推就推，但大客户还是得去，人家放几十亿在这里，想见见投资经理，这些是必须的。”北京一家基金公司投资经理说。

事实上，机构客户的绝大部分营销任务还是由市场部承担的，去年绝对收益产品业绩惨淡，市场部几乎倾巢出动安抚大客户，忙到只剩接线

员。他回忆说，去年年金业绩不佳，他一个月里去拜访过某大客户两次，由于安抚及时且领导带队，该客户没有撤资，否则公司要损失几十亿的管理规模，实在交不了差。

深圳一家中型基金公司机构客户部人士称，尽管跟公募相比，基金公司公司的私募产品业绩尚可，但私募客户一旦没维护好，动辄上亿到几十亿的资金就没了，这还是让基金公司感到压力，年金和一对一客户一般都是大企业，是各家基金公司都眼红的肥肉，竞争非常激烈。据了解，目前基金公司签约的年金和一对一客户主要集中在大型国有企业，多为传统行业，包括石化、银行、保险、电力、钢铁、煤炭和造船等央企和地方大中国企。

事实上，基金公司小心维护私募机构客户的另外一个原因在于，尽管管理费不多，其实比扣除了渠道费用的公募产品收入还高。以年金为例，只是在开拓期公关营销费用高，但年金是大单销售，单位成本比公募低很多。一般大的企业集团会把年金资金分散到三五家公司，一旦拿到单，只要不在几家中排名垫底，年金资金基本属于只进不出。以现在的市场环境，公募产品很难募集到同等规模。