

谁将成为2011理财宠儿

详解公募基金、阳光私募和券商集合三类理财产品

□朱宇

2010年上证指数下跌14.3%，中小板指数涨幅达21.2%。在这场小盘股的盛宴中，公募基金、阳光私募基金和券商集合理财计划的投资高手们各显神通，勇斗牛熊。

业绩谁最突出

2010年，A股市场股票价格指数走出一个大大的“V”字，结构性分化成为2010年最大的市场特点。尽管2009年投资人就在探讨大小盘风格是否会在2010年出现转换，但是小盘股强势仍在持续。

在2010年“抓大放小”的A股行情中，公募基金、私募基金和券商集合理财三大理财产品各显其能。

据好买基金研究中心数据统计，2010年，债券型基金平均业绩居于各类基金之首，年度平均净值增长率为7.06%。主动管理的股票型基金和混合型基金都取得净收益，平均业绩分别为3.01%和4.65%。华商盛世成长、银河行业优选、华夏策略精选分别以37.76%、30.59%、29.50%的年度净值增幅位列前三名。

据统计，2010年，券商集合理财产品中具有可比性的产品有86款，平均收益率为3.07%，整

从横向比较来看，三大涉足理财市场产品2010年的平均收益率为正，其中阳光私募基金更为突出，而公募基金管理公司在运作大规模基金和业绩稳定性上更有优势。

体表现比公募偏股型基金略好，但逊于公募混合型基金，其中业绩最好的一款是以自营业务闻名市场的东方证券旗下的东方红先锋1号，全年收益率为24.94%。

阳光私募基金投资成绩要好于公募基金和券商集合理财产品。据显示，截至2011年1月5日公布的净值，存续期在一年以上的512个阳光私募产品平均收益率为5.81%，其中有248个产品在2010年取得正收益，占比达68%。收益率超过公募偏股型基金和券商集合理财平均业绩水平的阳光私募基金产品有216个，占比达59.34%。收益率超过公募混合型基金的阳光私募产品有192个，占比达52.75%。

风险控制各有所长

理财产品比拼的不仅仅是业绩，风险控制也很重要。在市场跌宕起伏的2010年，大盘指数跌得“深沉”，涨得“急促”，这使三大理财产品业绩分化严重。

统计显示，2010年，收益率最高与收益率最低的阳光私募基金业绩相比差异可达123.67%

之多。其次为公募基金，业绩冠军和垫底产品的收益率差距达61.8%。业绩分化相对较小的是券商集合理财产品，收益最高与收益最低两者相差42.7%。

业内人士表示，三大理财市场的产品风险控制无法直接对比，对股票的仓位要求不一样，导致基金经理和投资经理对风险的控制能力存在区别。即使相同类型的产品，资金规模大的产品，在配置投资标的上越趋于分散，受大盘运行趋势影响比较大。资金规模小的产品，在风险控制方面可供操作的手段相对较多。从这种意义上说，在2010年“抓大放小”的行情中，资金规模越大的产品取得收益的难度越大。

谁能打破“一年魔咒”

阳光私募业绩表现突出，受到投资者追捧。据好买基金研究中心统计，截至2010年12月底，国内私募管理公司数目为242家，比2009年底增加84家。券商集合理财产品2010年新发行96只。

但是公募基金有缩水迹象，



从股票型和混合型公募基金规模变化率来看，分别有73.8%和69.0%的基金规模是缩水的，近2/3的基金规模缩小范围在0-50%之间。

但是投资界有句老话：“规模是业绩的杀手。”一些习惯于小资金灵活操作的投资高手，在掌握的资金上了规模以后，必须调整操作思路。由于多数人很难习惯，于是出现阳光私募领域“一年魔咒”的说法：当年业绩冠军无法蝉联下一年的第一名。无论是2008年熊市称雄的金中和，还是2009年一飞冲天的新价值，

都难逃这一魔咒。在基金规模急剧膨胀，但排名却早早跌出第一。从这一点来看，其中的华夏基金、嘉实基金等表现相比，规模过大的阳光私募基金显得不起眼的券商集合理财产品的问题。

但是随着越来越多的基金管理人才的进入，行业正朝着更加规范发展，投资人呼吁“告别”这种每年“城头”的无序竞争状态必

银行推销有失规范

部分理财产品夸大收益引官司

去年一年，某市一中院及其辖区法院受理银行理财产品纠纷案件80余件。该院金融庭认为，银行理财产品纠纷频发，主要是因为银行理财产品存在销售过程夸大收益，回避风险，推销产品不分对象等问题。

据介绍，起诉银行理财产品案件中，绝大多数为客户个人，诉讼理由不外乎“被欺诈被误导”、“格式合同显失公平”或盈亏问题。80件纠纷案中，有的原告亏损严重，甚至血本无归。

该市一中院金融审判庭庭长宋航认为，银行在

披露不充分，口头宣传中夸大收益率。此外，还常常掩饰交易风险。

“银行没有告诉我钱拿不回来！”某投资者发现所投的理财产品出现较大亏损而想终止委托理财协议时，才从银行方面得知，一年期理财产品到期前不能返还理财款项。

不少商业银行在销售理财产品时，对客户的风评估重视不够，对客户的风评估也流于形式，导致许多风险承受能力弱的中低收入者和中老年人购买了与其不相适应的理财产品。一些银行工作人员违规代客抄录风险提

也不例外。很多投资者不认真阅读合同条款，也不要求银行解释，即便要求解释，往往也停留在口头，纠纷发生后无据可查。

专家认为，要促进理财产品市场的健康发展，银行、社会公众、监管部门三方都应加强防范。银行方面，应进一步完善内外管控机制，严格规范理财合同，认真做好风险评估及风险提示，规范销售操作规程，充分保障投资者的知情权；社会公众在购理财产品时应不断强化风险防范意识，对存在疑问的地方要求银行予以解释，重要条款内容还应要

者要留有风险防范的止损预案，不可盲目追加投资，以免血本无归。

该市一中院金融庭还向行业监管部门提出了“集合式司法建议”：银行不仅要做到预期收益真实可信，更要充分保障投资者对理财产品风险的知情权。银行应确保合同用语清晰易懂，并严禁销售人员私自向投资者承诺收益。除此之外，银行要向投资者充分揭示可能存在的各种风险，不向不适合的投资者出售特定理财产品。银行还要履行信息披露义务，让投资者了解整个理财产品的运作过程和

理财常识

别忘给信用卡加

农历新年来临之际，大宗的新年采购让信用卡使用更加频繁，为了交易方便，越来越多的持卡人为信用卡加设密码，选择凭密码方式进行交易，设置密码如同给信用卡上了一把锁，如何保护好密码，才不至于导致信用卡被盗刷，成为不少持卡人关注的问题。

信用卡有关专家表示，根据《银行卡管理办法》规定：“发卡银行应当在有关卡的章程或使用说明中向持卡人说明密码的重要性及丢失的责任”。银行业内通用的规则是，任何通过密码完成的交易或发出的指令，均由持卡人本人负责。银行会通过申请表、客服热线等方式提示持卡人，

数据作为密码记忆方便，身份信息资料来日期、身份证号码等证件号码资料在多场致私密性的用身份信息被他人猜测。其次，根据信用卡的密码、电话服务密码、网上置不同的密码信息的安。第三，定用较长时间时进行密码