

# 首批分级基金产品月底亮相

## 上交所LOF平台正式上线

**本报北京3月25日讯** 记者郭文鹏从上海证券交易所获悉:为支持基金市场创新发展、更好地服务基金市场各参与者,上交所LOF平台将于近日正式上线。首批上交所分级基金产品3月30日起正式发售。

据了解,上交所LOF平台以完善产品套利机制、提高产品定价效率、丰富投资者交易策略、便利投资者投资为原则,实现了允许母基金份额上市交易,支持场内母、子份额的实时分拆、合并等一

系列创新的交易业务模式。

亮相在即的首批上交所分级基金产品包括易方达上证50分级和西部利得中证500等权分级基金,目前已获得证监会批文,将于3月30日起正式发售。

上交所相关负责人介绍说,和市场现行分级基金业务模式相比,上交所分级基金有如下特点:可实现变相T+0交易。当日买入母基金份额,可以同日赎回,也可以同日实时分拆为子份额之后,同日卖出。当日买入的子份额,同日实时合并为

母基金份额,同日卖出、赎回。

折溢价套利策略更加丰富,套利效率提升。母基金份额可上市交易,加上场内的实时分拆、合并功能,二级市场母基金份额可与子份额实现T+0折溢价套利,一级市场母基金可与二级市场母基金、子份额实现T+2溢价套利,一级市场母基金与二级市场母基金、子份额实现T+0折价套利。

场内申购费率更低。场内认购、申购、赎回可以设置统一费率,支持基金管理人降低场内申购费率,吸引套利资金在

场内申购,做大分级基金产品规模,提高二级市场流动性。此外,支持基金管理人按投资者基金份额持有期长短分档设置赎回费率,投资者跨市场转托管不影响持有期的计算。

这位负责人透露,上交所已联合多家基金公司向证监会上报了分级基金产品,全面布局分级基金市场。未来投资者可在上交所市场投资包括上证50、180等核心指数,以及证券、互联网金融、“一带一路”等行业和主题分级指数基金。

## 14家上市券商发布2014年业绩快报,近八成实现净利润翻倍——

# 传统与新兴业务齐头并进

本报记者 何川



交投活跃、IPO加速、两融持续攀升提速业绩增长,资产证券化、新三板业务进入规模化周期,证券行业向上的空间已打开



此外,随着去年IPO重启,不少券商的承销与保荐业务也取得大幅增长。广发证券表示,公司全年实现股票承销及保荐净收入达10.03亿元,比上年同期大幅提升989.02%。

除了传统的经纪、投行等业务之外,股票质押回购、融资融券等创新业务也成为券商业绩的增长点。年报显示,截至2014年底,广发证券融资融券业务期末余额人民币643.56亿元,同比增长222.70%,公司全年实现融资融券利息收入25.70亿元,比上年同期大幅度提升127.28%。

从全行业来看,2014年融资融券余额近上1万亿元的台阶,较2013年

底增长196%。全年券商两融利息收入达到446.24亿元,实现同比142%的增幅,其对行业营收贡献率也从2013年的11.55%提升至2014年的17.14%。

华泰证券分析师沈娟认为,交投活跃、IPO加速、两融持续攀升提速业绩增长,资产证券化、新三板业务进入规模化周期,证券行业向上的空间已打开。

## “互联网+”转型加速

近年来,互联网金融蓬勃兴起。互联网技术在证券业的信息传递、数据挖

## 业务触角需不断延伸

财业务放开,在短期内对券商收入的影响总体较为有限。但从促进行业经纪业务的长期盈利模式转型、增强客户黏度、倒逼行业分化转型加速的角度来说,理财业务对券商发展有着重要的意义,也是未来混业经营的趋势。

近日,中国证券业协会还下发通知,要求各证券公司积极响应《政府工作报告》中提出的“互联网+”行动

计划,在5月31日报送各自互联网证券业务开展的规划。在互联网金融日益受到管理层重视的当下,证券行业作为传统金融行业互联网转型的典型代表,其能否实现真正的互联网转型还有待观察,但在行业竞争日益激烈的大背景下,互联网转型为中小券商逆袭提供了可能。

文/中国银河证券股份有限公司 赵强



“炒新”一直是A股市场的一大陋习。尤其是近年来,在管理层抑制新股上市首日涨幅的背景下,多只新股还是出现了上市后连续数日涨停的奇观。最典型的莫过于兰石重装,该股上市后连续24个涨停,创下连续涨停数量之最。而伴随新股发行上市节奏加快,这种现象仍然在延续。

为什么“炒新热”高烧不退?这无疑是由多方面的原因决定的。

首先它与A股市场的投机性、投资者的不成熟有关。因为投机炒作是A股市场的一大特色,而这种投机炒作也满足了投资者快速致富的愿望。从去年7月份开始,股指进入上升阶段,特别是去年11月下旬以来,股市更是进入大面积上涨状态,“炒新”显得更加理直气壮,“炒新”热潮在这种环境下得到进一步强化。

其次,本轮“炒新热”高烧不退,也与新股上市首日的“限炒令”密切相关。为限制新股上市首日的爆炒,沪深交易所去年底均出台了“限炒令”。该“限炒令”将新股上市首日的涨幅控制在44%以内,进而导致新股上市首日往往都会出现“秒停”现象,这种情况下鲜有投资者愿意卖出,想买的投资者也买不到,从而导致新股上市首日交易不足,这也助长了新股上市后出现连续涨停的现象。可以说,原本为了抑制新股爆炒而出台的“限炒令”,一定程度上反倒成了“炒新”的推动力量。

第三,次新股的榜样力量也进一步刺激了市场的“炒新热”潮。很明显的一个事实是,一些新股经过爆炒之后,其股价并没有回落,有的虽然经过短期回落,但随后又继续攀升。如兰石重装在24个涨停后的股价为21.67元,而目前的股价定位在26元之上;又如全通教育、朗玛信息、众信旅游等百元股,其股价较之于上市之初的炒作来说,又有了大幅拉升,这也进一步刺激了市场对新股的炒作热情。

牛市氛围深厚的市场,“炒新”热存在一定的现实基础,但这并不改变其“击鼓传花”的本质,对参与其中的投资者来说潜在风险不容忽视。要让新股炒作降温,一方面需要加强对“炒新”的监管,进一步完善“限炒令”,严惩“炒新”过程中出现价格操纵与内幕交易等违法行为;另一方面,需要进一步加强投资者教育,提升广大投资者尤其是中小投资者的风险意识。新股炒作“一夜暴富”心态不可取,形成理性、成熟的投资心态将是一个漫长的过程。



## 广发证券赴港上市

### 筹资超230亿港元

**本报北京3月25日讯** 记者温济聪从广发证券股份有限公司获悉:广发证券股份今日起在香港公开发售,并计划于4月10日在联交所主板挂牌交易。本次广发证券全球发售近14.8亿股H股。

广发证券的指示性发售价格范围为每股H股股份15.65港元至18.85港元,预计募集资金达231.59亿至278.95亿港元。

广发证券股份香港公开发售将于2015年3月25日上午9时开始,预计于2015年3月30日中午12时结束。股份代号为1776,将以每手200股在联交所主板进行买卖。

根据中国证券业协会数据,截至2013年12月31日,广发证券在国内券商中按净资产计排名第三,按总资产、净资产、收入及净利润计排名第四(按未合并标准)。

## 申万宏源召开春季策略会

**本报北京3月25日讯** 记者何川报道:申万宏源证券研究所今天召开春季A股投资策略会。申万宏源分析师王胜表示,居民大类资产配置向权益资产迁移只是一个结果,其背后的深层次原因来自于改革降低风险溢价、无风险利率下行的长期趋势以及经济转型中企业盈利的结构性改善。而监管层对于金融创新的鼓励,特别是对加杠杆投资行为的宽容,进一步加速了居民大类资产配置转移,这一过程可能持续10年。

他认为,由于增量资金加杠杆的正规化和透明化,市场将呈现出杠杆受限的增量博弈特征,市场风格已经从“成长为王”转向价值、成长平行世界的大格局。值得一提的是,以“互联网+”为核心的信息服务业可能成为中国经济新的支柱产业,相关公司市值成长空间广阔,估值弹性显著,后续大型催化剂众多,能够与边际交易者风险偏好形成共振。“互联网+”不仅仅利好新兴产业,也利好传统行业转型实现价值重估。

对于市场近期走势,王胜表示,3月至4月上旬的市场仍在资金推动下惯性上行,但如果行情的演绎将资金和杠杆发挥到极限,4月中下旬市场震荡或将加剧。

提示: 本版投资建议仅供参考

本版编辑 陆敏 牛仲逸

## 上市公司借“互联网+”东风转型

### 3月以来20余家企业增发进军互联网医疗、金融等领域

本报记者 温济聪

近日,传统产业公司频繁增发,进军互联网产业渐成热潮。综合巨潮资讯网和同花顺数据统计显示,截至3月24日,自3月以来就有20余家企业加码互联网医疗、金融等领域。

今年《政府工作报告》提出,制定“互联网+”行动计划,推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造业结合,促进电子商务、工业互联网和互联网金融健康发展,引导互联网企业拓展国际市场。传统产业公司迎来了“互联网+”的东风。

以朗玛信息为例,该公司3月19日晚间发布定增预案,拟以158.36元/股非公开发行631.471万股,募集资金约10亿元,用于基于可穿戴与便携设备的健康管理服务平台建设项目、药品服务O2O平台建设项目以及补充流动资金。

记者查阅朗玛信息公告发现,“基于

可穿戴与便携设备的健康管理服务平台建设项目”总投资1.21亿元,拟投入募集资金1.1亿元。该项目主要建设内容包括:一是可穿戴和便携设备生产销售,包括电子血压仪、智能电子秤、智能手环等;二是覆盖家庭、药店等医疗健康服务线下场所的设备检查和数据采集渠道,通过检查设备+APP实现对用户数据的实时采集,构建医疗健康的用户画像;三是为用户提供包括诊疗咨询、用药指导等健康管理服务。

此外,华平股份拟引入战略投资加码互联网医疗,中科金财拟定增募资9.72亿元,加码互联网金融业务。“‘互联网+’行动计划是传统产业公司突围的绝佳机会。”国开证券分析师杜征征在接受《经济日报》记者采访时表示,传统公司可以借助互联网实现自身发展模式的转型升级,而互联网公司也在积极与传统产业公司

展开合作,这对本身拥有雄厚线下资源的传统公司来说,是奋力突围的好机会。

无论是销售商品,还是提供服务,“获取客源”始终是企业重要的目的之一。在财富证券投顾中心负责人李朝宇看来,传统产业所对应的传统产品、传统销售渠道,在如今互联网大环境中都面临瓶颈,特别是在交易情景发生极大改观的当下。“互联网作为‘获取客源’效率较高方式,已经成为各家公司纷纷抢占的‘风口’,搭上互联网列车,客户数量甚至可以实现几何倍数式的增长。‘互联网+传统产业’是当下和未来的发展方向,这也是目前很多传统企业大力进军互联网产业领域的主要原因。”李朝宇表示。

不过,传统上市公司加码互联网并不会一帆风顺。杜征征表示,目前面临的最大挑战就是传统企业“互联网思维”的培养和建立。传统公司长期在原有的经营

方式、商业模式下经营,初次迈入互联网行业,对“痛点思维”、“极致”、“飞速”等互联网基因尚需适应,亟须传统企业不断地探索尝试,最终加以应用,这需要一个长久的过程。

如何更好地搭上互联网的快车?李朝宇介绍,如利用互联网传播渠道提高生产效率、销售效果,如早期一些传统公司在天猫旗舰店开业,拓宽了产品销售渠道;其次,可以鼓励传统企业创造出互联网产品,如企业以互联网思维打造APP等特色用户平台,企业就要具有“产品经理”的创造力;再进一步,传统企业以互联网方式优化内部商业模式、组织结构,发挥互联网的最大优势,如财富证券近期推出的“互联网金融创客俱乐部”,通过“创意众包,灵感众筹”的方式,为每一位俱乐部参与者铺就证券创业路径,这也是一种对“互联网+”新形式的创新应用。