

低成本“股基”投资的八大法则

热衷于购买基金产品的投资者,大部分时间都在研究和寻找低成本的股票型基金。但什么样的股票型基金,才是低成本的股票型基金产品呢?

评价一只基金的成长性,需要从证券市场环境、基金管理人运作基金产品的能力和投资者的理财习惯等多方面衡量,这是选择股票型基金不变的规律。但究竟如何选择股票型基金,还是需要对基金的历史业绩作一番解剖和分析。既然基金净值增长是股票型基金追求的目标,就要在考察股票型基金的持股结构、投资者构成、基金投资行为和风险控制能力上寻找突破点,而诸多的投资者也能够利用现有的基金数据和基金资源,找到这样的突破点。

一是牛市中持有较高比例股票、震荡市仓位较轻。这样的股票型基金,能够根据证券市场的大势变化,作出及时的补仓准备。如牛市中因为仓位较重,较好地推动基金产品净值增长;震荡行情下,则因为持有较轻仓位股票,基金产品净值回撤的幅度小一些,遭受较少的投资损失。

二是牛市中不进行股票型基金分红,而震荡市中进行大规模分红。此类股票型基金,有较强的风险规避观念和意识,也有一定的风险管理逻辑做支撑。牛市中不分红,能够保持较高仓位,分享股市上涨机会,获得净值增长;而震荡行情下,由于进行了分红,提前锁定了基



金收益,反而有效保护了股票型基金资产。

三是日常的股票型基金持股结构中,散户占比多,而机构占比少。尽管机构持有股票型基金,会对股票型基金稳定起到一定的作用,但机构持股票型基金的流动性差;而作为基金产品,本来就是一种满足大众投资者需要的投资品种,散户占比较高,有利于更好地保持净值持续增长,避免因机构投资者的赎回,造成基金规模急剧下降,反而对基金的稳定持仓不利。

四是在某一股票上积聚的基金产品越多,形成基金黑

天鹅的风险概率越大。基金投资讲究分散投资,股票型基金主要投资股票,依赖于证券市场环境。如果众多基金产品,都集中投资一只股票,一旦该家上市公司出现了经营危机,形成了黑天鹅事件,就会导致基金净值出现断崖式下跌,从而使投资者遭受损失。因此,投资者应当结合投资股票的基金产品的数量和规模来作出理性判断,避免盲目选择股票型基金。

五是运用闲置资金可以显著降低投资者购买基金成本。尽管影响股票型基金净值的因素很多,但投资者购买一只低成本的基金产品,还是需要时

间的支撑。如果投资者运用的是闲置资金,而不是借贷资金等,就会在持有股票型基金上显得非常从容,避免因心态急躁,或者急于用钱,而导致无法等到股票型基金净值增长的机会。

六是立足于定性而不是定量评价股票型基金成长性。投资者判断一只股票型基金的净值质量状况,不能够盯着基金产品的净值高低,而应当运用定性的工具和手段来评价。如基金经理稳定性、基金管理人遵守股票型基金产品契约稳定性、基金管理人的调仓时机和频度、基金分红的规

模和频次等等。依赖于股票型基金产品的定期报告,寻找有利于基金产品净值增长的管理因素、投资因素、风险控制因素和投资环境因素等,必将给投资者投资股票型基金提供重要参考。

七是运用定期定额投资法为购买股票型基金助力。定期定额投资,是通过固定渠道、固定时间、固定资金,进行固定基金产品的投资活动,有利于购买到低成本的优质基金产品。因为定期定额投资法,兼顾了基金产品的分散化投资,兼顾了投资者的择时风险,有利于降低投资者购买股票型基金的压力和包袱,是一种降低购买股票型基金成本的辅助性措施,应当在投资者投资股票型基金当中,得到广泛推广应用。

八是选择合适比例的股票型基金是永恒主题。基金投资,在无法准确判断一只基金产品的成本高低,尤其是股票型基金净值高低时,投资者需要通过贯彻“不把鸡蛋放在同一个篮子里”的理财思想,将闲置资金在银行存款、保险及资本市场之间进行分配,严格按照(100减年龄)投资法则,控制股票型基金比例,选择属于自己的激进型、稳健型和保守型基金产品,不失为一种非常明智的理财方法,有助于避免因占用较多资金,或者进行频繁的申购赎回,导致放大股票型基金投资风险。

(据上海金融报)

视频网站打响暑期价格战 视频付费大风起?

暑期档正值视频网站流量高峰期,爱奇艺、腾讯、芒果TV等“三巨头”视频网站纷纷推出会员促销活动,争夺付费市场。在线付费观看的消费模式似乎逐步为消费者所接受。

7月14日-7月17日期间,爱奇艺会员年卡打出2折的89元优惠价。此后腾讯在7月20日至7月22日期间推出会员买一送一活动,以5折促销吸引用户付费。芒果TV紧跟腾讯,从7月20日开始也推出了会员促销活动,活动期间季卡与年卡均买一送一。

促销活动不仅仅是吸引消费者,抢夺市场占有率,更是对用户付费意识的培养,对整体付费市场的培育。长江证券传媒行业首席分析师王傲野认为,从平台的角度说,促销活动的主要作用是通过吸引新用户付费,逐步培养用户的付费意识和习惯,从而推动整体付费市场的提升。

根据艺恩的数据,2017年网络视频用户规模达到5.65亿人。“网络视频已经成为网络娱乐领域用户使用率最高的应用。”中航证券文化传媒行业分析师裴伊凡认为,视频用户进入全民化时代。

而视频网站的付费服务从2010年前后出现,发展到今天,也有了长足的飞跃:视频网



站付费会员总数超过1.7亿人次,比例已经达到会员总数的42.9%。

根据《2017中国网络视听发展研究报告》,2017年国内网络视频用户的付费比例持续增长,有42.9%的用户曾为视频付费,相比2016年增长7.4%,且预计未来仍将保持较高速增长趋势,用户的付费意识已

经逐步养成。

从近半年的视频网站电影分账票数据,可以更直观地看到用户对于付费浏览接受度的提升。《2017年网络大电影行业发展报告》显示,2017年全年共10部影片分账票房过千万。当时,这份数据曾引得行业内外曾一致感慨付费网络电影行业的“跃进式”发展。

半年过去了,付费网络电影分账票房规模又有了新突破。仅以爱奇艺为例,官方公开显示截止6月30日,2018年上半年爱奇艺网络电影TOP10总票房分账超1.8亿元,相当于院线电影5.4亿元票房成绩。6月,新片TOP10总分账票房共计7187万元,同比2017年6月TOP10总分账票房1995万元,增长260%。

裴伊凡说,“不论你接不接受,视频已经正式进入付费时代。”

实际上,暑期档各视频网站间的会员促销并不是从今年开始。2017年,爱奇艺、腾讯等头部视频网站就有不间断的、折扣促销活动。

视频网站的付费类型一般分为单月付费、按月续费、年费等付费模式,用户的付费周期在不断拉长,购买按月续费和年费的用户比重持续增加。爱奇艺按月续费的用户比重预计在50%左右,年费用户约为30%,深度付费用户比重接近80%。不难看出,视频用户的付费深度不断加深。

王傲野认为,视频网站的付费转化率不断增长,用户付费意识逐步养成。在老用户层面,用户的付费习惯由付费一家到付费多家演变,购买两家平台以上的会员数量比重已经达到30%-40%。即使在短期内会存在平台间付费用户的相互流动,但从长期看,各平台付费用户的总量增长效应要高过平台间用户的份额侵蚀。

时至今日,虽然在线视频网站行业在前行中仍面临版权风险、同质化竞争激烈等质疑,但付费浏览模式逐步为消费者接受确实是不争的事实。

(据人民网)