

· 资讯 ·

## 洪磊:公募基金业绩符合养老金需求

全国“两会”已经召开,作为近年热门的养老话题,有望继续引起今年“两会”的关注。在天弘基金承办的中国养老金融50人论坛首届峰会上,多位专家学者齐聚一堂,在“两会”到来之际为养老议题的探讨提供智囊支持,为未来养老金融发展献计献策。

中国证券投资基金管理业协会党委书记、会长洪磊在致辞中表示基金业在养老金管理中的重要作用,他认为,“公募基金业绩可比性好、成本低廉,符合养老金的业绩稳健需求”。他引用的数据表明,截至2014年底,企业年金、全国社保基金委托管理规模超过1.3万亿元,超过60%由公募基金管理。全国社保基金约有一半资产由18家境内投管人管理,其中基金公司占16席,管理资产占委托管理资产的90%以上。企业年金20家投资管理人中,基金公司11家,2012-2014年期间,基金投管人年化平均投资收益率在各类投管人中最高。

而在我国有待建设的第三支柱中,公募基金也大有可为。据中国证券投资基金管理业协会副会长钟蓉萨介绍,在美国,共同基金占到了第三支柱即个人储蓄养老资产的64%。可见,无论在第一支柱、第二支柱还是第三支柱,基金公司均是养老金融市场的主力军。天弘基金养老金业务总监朱海扬介绍,天弘基金将利用在养老金融领域方面的深刻理解,力争在国家大力发展战略支柱养老金的政策窗口,利用产品开发设计能力和海量客户服务能力,积极开拓个人养老金市场。

天弘基金总经理郭树强表示,“将推动第三支柱建设,利用互联网服务养老”。天弘基金希望把先进的互联网技术用在“最后一公里”的服务上,将养老服务植入移动终端,为几亿人提供便捷安全的服务,方便学习养老金的理财知识,让用户可以享受到上帝般的体验。

## 遗失声明

浙江恒逸石化有限公司因目的港客人要求,将如下提单作废。提单号:NBBBLU1506330,船名航次:MAERSK LAGUNA V.549W,起运港:NINGBO,CHINA,目的港:NAVEGANTE,BRAZIL,提单签发日期:9 DEC.2015,特此声明。

2016年3月4日

# 扎堆投资创业板酿苦果 偏股基金开年成绩单惨淡

2016年开年两月有余A股市场的剧烈调整,让偏股型基金业绩再度集体受挫,股票型基金平均跌幅超20%,杠杆基金也不断拉响下折警报。不过,北京商报记者注意到,市场上也有部分次新偏股型基金选择轻仓避险,年内净值浮动较小。

同花顺iFinD统计数据显示,截至昨日,今年以来股票型基金和偏股混合型基金的平均净值增长率分别为-20.06%和-13.95%。

在普通股票型基金中,富国基金旗下富国新兴产业跌幅最大,达到38.76%。此外,工银基金旗下多只股基也位列今年以来股基跌幅榜前列,如工银高端制造股票、工银创新动力股票、工银互联网加股票、工银医疗保健股票等,今年以来跌幅分别高达35.76%、32.84%、30.35%和30.29%。值得一提的是,今年以来股票型基金收益榜单中,仅圆信永丰优加生活单位净值增长率为正。

北京商报记者注意到,股票型基金收益榜单中,跌幅较小的基金主要是去年底成立仍处于建仓期的次新基金,如工银文体产业、嘉实环保低碳以及工银新蓝筹仅下跌1.1%、4.2%和4.2%。业内分析人士指出,这些基金成立后建仓速度普遍显著超过了沪深300指数。这也是基金经理过往集中投资创业板股票造成的苦果。

## 今年以来股票型基金跌幅前十名一览 (单位:%)

富国新兴产业股票	-38.76	富国高端制造行业股票	-31.45
工银高端制造股票	-35.75	中银新动力股票	-31.36
工银创新动力股票	-32.84	鹏华传媒分级	-30.49
天弘中证计算机C	-32.20	工银互联网加股票	-30.35
天弘中证计算机A	-32.15	工银医疗保健股票	-30.29

此外,同花顺iFinD统计数据显示,偏股混合型基金中,今年以来跌幅超过10%的产品也多达753只,占比超过一半,其中52只基金跌幅超过30%。数据显示,今年以来易方达新兴成长混合跌幅最大达到37.73%,而博时互联网主题灵活配置、富国低碳环保、广发改革混合、平安大华智慧中国等跌幅均超过35%。

总体来看,基金仓位较高是基金净值重挫的主因。根据研究机构测算,在2月底股票型基金平均仓位达到86%左右,混合型基金平均仓位达到66%,灵活配置优势并没有得到发挥。众多基金持仓重点依然是中小创等成长股,而这些股票今年以来被大幅挤泡沫,价格跌幅明显超过蓝筹股,使得基金净值跌幅整体显著超过了沪深300指数。这也是基金经理过往集中投资创业板股票造成的苦果。

不过,在混合型基金收益榜单中,也有不少打新混合型基金在年初业绩大幅增长,如易方达新益灵活配置混合E、光大保德信欣鑫灵活配置混合A、鹏华弘盛混合C等,今年以来收益均超40%,分别高达55%、52.88%和41.76%。

对于上述打新混合型基金业绩逆市大幅增长的原因,市场分析人士指出,这与打新基金遭遇巨额赎回后,赎回费计入基金财产导致净值大幅上涨不无关系。IPO新规实施后,基金打新中签率大幅下降,打新基金的预期收益也将减少,为此不少机构投资者选择赎回,而按照要求若持有人集中赎回,则需要缴纳一定的赎回费,赎回费计入基金资产净值后,即会导致打新基金剩余份额净值大幅上涨。

北京商报记者 许晨辉/文  
宋媛媛/制表

## 女生节再掀热潮 百度糯米用大数据重塑O2O产业

毫无疑问,“她经济”正在成为整个社会的商业热点。有数据显示,女性已逐渐成为中国消费市场的主导,75%的家庭购买决策由女性决定,50%的男性定位产品也由女性购买。

这不仅意味着女性家庭地位的提高、社会角色的深化,也意味着女性正在成为未来生活方式的决策者。

本地生活服务O2O平台是承接消费转型的重要环节,也是女性彰显生活品位的重要场所。3月3日下午,国内领先的本地生活服务平台百度糯米举办了一场探讨O2O时代女性消费观念和生活态度的沙龙论坛。与会嘉宾包括新浪女性主编阿木、渝乡人家执行董事周澎、“星座女神”莫小棋等。在论坛上,她们均表示,百度糯米通过大数据科学营销既是对女性品位的尊重,也是对其消费的积极引导。中国互联网络信息中心分析师高爽也认为,年轻女性消费意愿更强,对新消费形式、新消费品类更愿尝试,更注重交流分享,而她们的挑剔也将激励互联网消费模式创新与服务品质提升。

女生节消费数据超出妇女节  
大数据印证“她经济”的崛起

会上,综合百度糯米历年消费数据与全网女性用户画像,百度糯米发布了O2O生活服务女性消费趋势大数据报告。报告显示,占据我国网民46%比例的女性贡献了O2O消费中的62%,并且从去年“5·17吃货节”开始到今年春节,女性在这一领域的上升幅度远超男性。同时,伴

随着“她经济”的成熟,“小妞电影”也开始崛起。百度糯米用户画像显示,“小妞电影”的受众中,超过60%均为女性,其中“90后”成为绝对主力。同时,在2015年联消率最高的电影+餐饮、电影+酒店、KTV+美食三大品类组合中,女性消费占比均高于男性。

这种性别倒置现象蕴藏着巨大的商业潜力,而百度糯米也对这一数据进行了合理的利用。百度糯米新业务总监汤利华在会上解读了大数据报告,指出2015年“3·7女生节”的O2O生活服务消费总额比2014年增长600%,基于此,百度糯米正在打造第三届“3·7女生节”,为年轻女性提供更具想像力的消费可能。她同时表示女性消费者为中国O2O生活服务平台的发展起到了非常重要的作用。吸引并留住更多的优质女性消费者,是O2O平台需要重点研究的课题,也是百度糯米接下来的重要发力点。接下来,百度糯米在亲子、丽人等女性专属品类上也有很大的发展空间。

深挖大数据洞悉用户需求  
成就百度糯米的迅猛增长

互联网时代,如何对大数据进行合理的利用关系到行业垂直领域的广度与深度,在不同的O2O场景下,用户行为、习惯偏好都主导着消费者对于产品的选择。如何利用数字抓住时代脉搏并分析出用户的潜在需求,则关系到企业能否在越来越细分的行业中获得生存和发展的机会。

百度糯米无疑是其中的佼佼者。依靠

百度强大的资源和技术优势,利用大数据进行科学造节营销已经成为了百度糯米不可替代的新式武器。

从去年“双12火锅节”,到今年除夕夜,百度糯米先后利用大数据优势抢先洞察市场动向和消费趋势,于“双12”期间独树一帜地推出联合全国上百城市的上万家火锅店加入火锅派对中,推出冬季热捧的火锅节,实现了多方共赢的局面。

而在今年除夕夜,百度糯米在此动用大数据能力,发布的“百度糯米除夕年味大数据”再次引爆了热点。根据数据显示,越来越多消费者将春节期间的团圆聚餐选择在酒店进行,2016年除夕餐饮在线预订的消费规模比2015年扩大了3倍。针对这一消费需求,百度糯米有针对性地推出了“新年欢聚团圆饭,糯米请客”的大餐桌优惠,同样受到了消费者的热烈欢迎。

而作为跨年贺岁片《西游记之孙悟空三打白骨精》的联合出品方与联合发行方,百度糯米则推出了“电影+餐饮”联合消费的营销手段,而这一灵感的来源也是来自于大数据:在全国范围内,平均每四个看电影的用户中,在前后两小时之内进行餐饮消费的就至少有一个,联消率为25%。这一比例在百度糯米TOP 10城市高达62%,而在TOP 10影院更高达71%。

通过深挖大数据洞察用户需求,有针对性地造节营销,百度糯米去年的节日营销屡创佳绩。此外,百度糯米持续在电影市场发力,从“3·7女生节”占15%的份额,到“7·18暑期大趴”的20%,再到七夕的

25%,直到2016年春节档,百度糯米已占据28.3%的市场份额,位列所有观影平台第一,成功摘取在线电影王者桂冠。

仍是蓝海的中国O2O市场  
带给百度糯米无限想象空间

对大数据的全面应用正在帮助百度糯米打通不同消费品类、为商家创造更大利润空间,也为其自身的发展赢得先机。即便在中国O2O红海论泛滥的2015年,百度副总裁、百度糯米总经理曾良依然从行业数据中发现了巨大潜力:中国在线电影票房的增幅在过去三年超过了800%,O2O目前在超过3万亿元的餐饮市场仅有不到5%的渗透率,千亿市场的KTV产业等垂直服务,O2O渗透率也尚不足1%——这些数据都意味着O2O还远未进入红海范畴。

充足的自信以及宏大的视野帮助百度糯米在过去一年取得了辉煌成绩:多次的大数据造节营销活动使百度糯米的GMV呈螺旋式上升,市场份额也随之实现迅猛增长。

但显然,百度糯米对未来的野心绝不仅限于此。

曾良曾在此前的一场发布会上对外披露:“通过前沿技术手段挖掘用户行为数据进行精准分析,百度糯米正在探索O2O模式中美食、电影、酒店和KTV等品类的联合消费场景,构建场景O2O生态营销新模式。”而过去一年百度糯米在O2O行业的异军突起也让人深信,曾良描绘的蓝图已经到来。