

鹏华基金：做最大的多元分级基金供应商



在分级基金领域的提前布局，让鹏华基金成为2014年末分级竞赛的最大赢家之一。自2012年起就发行了第一只分级——鹏华中证A股资源指数分级基金。截至目前，鹏华基金旗下已有6只上市交易的指数分级基金，分别跟踪资源、信息、证券保险、地产、国防、传媒等六大板块的行业指数。深交所数据显示，鹏华旗下这6只已经上市的分级基金场内交易活跃，交易量均排名前列。

记者了解到，鹏华基金还将继续在分级基金领域深耕细作，后续不仅布局更多细分领域的分级基金，而且也将兼顾线上线下的投资者，使用创新的方式在互动中不断普及分级基金的投资教育，让这一品种能够真正满足投资者多元化的投资需求。

鹏华基金副总裁胡湘表示，“在新一轮牛市淘金大潮中，我们专注于‘卖铁锹’，做中国市场最大的分级工具供应商，为投资者的财富增长助力！”

鹏华基金分级英雄： 为看准风口的投资者养好“猪”

华尔街网大神曾经教过一个很形象的比喻：一头猪站在风口，只要台风足够大，它就能飞起来。在他看来，把握战略点、把握时机、找到风口是成功的关键。在2014年年尾掀起的牛市热潮中，风口从一个行业吹向另一个行业，结构化的行情此起彼伏，这也让分级基金投资者们感受到了“抓风口上的猪”的“抓猪快感”。而鹏华旗下的行业指数分级基金，就为看准风口的投资者捕捉牛市机会提供了高效的“投资轮动工具”。

银河数据显示，截至2014年12月31日，成立于2012年的鹏华资源分级，2014年全年的累计单位净值增长率为25.75%；成立于2014年6月5日的鹏华中证信息技术分级、鹏华中证800证券保险分级基金（原名为“鹏华中证800非银行金融分级基金”）自成立后的累计单位净值增长率分别为22%和131%；成立于2014年9月12日的鹏华中证800地产分级基金累计单位净值增长率超41%；上述分级基金的母基金（指数基金）都为投资者奉献了丰厚的投资收益。

此外，由于分级基金的B份额具有杠杆效应，wind数据显示，2014年6月19日上市交易的鹏华证保B，自上市以来截至2014年12月31日，其场内价格上涨超105%，同期上市交易的鹏华信息B亦超过13.5%；2014年9月28日上市交易的鹏华中证800地产B截至2014年12月31日的涨幅超77%；鹏华资源B在2014年全年的涨幅超60%，都为看准市场风口的投资者提供了有力的投资工具。而分级基金的杠杆效应，让投资者大大提升了投资效率。

分级基金的多策略得以应对市场各风格，也可以让各类投资者各得其所。海通证券也在近期的报告中指出，分级基金提供了投资者多策略的玩法，不论是哪种风格的投资者，分级基金总有一款适合您。对于高风险投资者而言，在国内杠杆工具稀缺的背景下，分级基金激进份额提供了投资者一个很好的博取市场反弹的工具；对于稳健投资者而言，分级基金稳健份额丰富了中低风险、预期约定收益颇具吸引力的品种；对于套利投资者而言，分级基金整体折溢价套利也成为其获取α收益的重要来源。



鹏华基金分级专线：4006788533

鹏华基金“新分级时代”的产品布局思路： 继续开拓细分行业指数

国外存量基金产品中并无分级基金，主要原因在于海外市场衍生工具丰富，期权、期货、互换市场发达，这些品种起到了分级同样的效果，因而海外市场并不缺乏中国分级基金的借鉴经验。分级基金作为中国特色产品，是中国基金管理人智慧的结晶。

鹏华基金量化投资部总经理王咏辉对记者表示，早期的分级基金布局基本以宽基为主，在这种情况下，标的品种有限且可选择的先发优势不明显。2012年，鹏华基金察觉到市场上非常缺乏细分的工具型产品，开始逐步布局细分行业和主题的分级基金。相比宽基，行业和主题的选择面无疑广泛得多，因而细分行业和主题的分级基金得到了快速的发展。三季市场热点切换到大宗商品时，行业和主题分级基金规模扩大非常迅速。在2014年下半年成功的示范效应下，自然可能吸引基金公司扎堆发行细分行业分级基金。

王咏辉表示，从目前来看，许多细分的标的仍然没有分级基金覆盖，未来分级基金还有相当大发展空间。事实上，产品竞争越激烈，投资者越受益，就好比一条路上如果只有一家饭馆垄断，无论好吃不好吃，你非去吃了只能吃，而如果一条路上有几十家饭馆，那你可以权衡口味和性价比，选择最佳的饭馆大快朵颐。对于分级基金市场同样如此，分级工具产品越多，投资者可以选择面越广，可以选择其中性价比高的标的进行投资，这类产品也自然而然能成长，而对于基金公司而言，在白热化的竞争格局下，优胜劣汰如何脱颖而出值得深思。

对于同质化的品种，鹏华基金量化投资部总经理王咏辉认为先发产品可能仍在市场认可度上略占优势。对于市场容量大的标的，或许可以容纳几只品种的可替代产品，对于驱动小、市场容量一般的品种，应当尽量避免扎堆发行。

鹏华基金分级专线&大讲堂：一个都不能少

在分级基金领域，鹏华基金除了产品布局完善，为客户提供各种占据“风口”的投资工具外，在分级基金投资者教育和客户服务方面也一直走在业内前列。

自11月下旬分级基金行情启动以来，鹏华基金客服面临的分级基金咨询量瞬间爆棚。交易意向，上新后怎么办，如何场内申购、如何分拆……各种分级基金操作问题接踵而至。为了更好地满足客户咨询需求，鹏华基金将于1月13日开通分级基金专线“4006788533”，针对多数客户常问的分级热点问题提供实时语音播报，并配备分级基金业务达人进行专线人工咨询。同时，鹏华分级基金专线还设有“分级基金重要提示信息”专栏，即时分享鹏华分级基金重要信息。

除了分级基金专线外，鹏华基金还在线下启动了“鹏华基金·分级基金大讲堂全国巡回路演”，旨在向渠道及客户传达分级基金实操技巧。目前已经在长沙、广州、北京和福建开展了四场分级基金大讲堂，未来还将在全国各大城市开展巡回路演。在已经举办的四场分级基金大讲堂活动中，每场都座无虚席，投资者提出的分级基金操作问题一一获得解答。

值得关注的是，一向非常重视专项业务品牌建设的鹏华基金已将“鹏华基金分级英雄”、“分级英雄”、“分级基金超市”等品牌进行了注册，将以系统化、品牌化方式推进分级基金投资服务工作。

鹏华基金鹏友会： 打造分级基金新媒体社群

鹏华基金还利用微信微博等新媒体工具，构建由分级基金持有人、分级基金研究者和爱好者组成的新型分级基金社群，以适应移动互联网时代投资者的新需求。

在新媒体时代的第一场牛市中及时、灵活地回复用户各种疑问是分级基金操作行情中必须解决的课题。分级基金行情甫一启动阶段，鹏华基金第一时间提升了鹏华基金鹏友会微信订阅号发布效率，恰逢其时地发出了《一图读懂分级基金基础知识》和《一图读懂分级基金溢价套利篇》等精心准备的分级材料，这些顺应新媒体快捷传播潮流的信息发出后在朋友圈被广泛转发，累计阅读量超过5万。同时，鹏华分级基金基金经理也在关键时点撰写了各种干货知识并录制成视频解读分级基金操作策略，充分解决分级客户需求辅导和服务的强烈需求。

为了进一步调动民间分级基金投资高手分享操作经验，鹏华基金还在“鹏华基金鹏友会”订阅号发出了分级英雄大会召集令，邀请投资者撰写分级基金操作案例及心得体会。这种让“粉丝生产内容”的方式取得了较好的效果和口碑，目前鹏华基金鹏友会已收到大量投资者来信，并挑选优秀作品发布形成良好的粉丝互动。

同时，鹏华基金在微博上也加大分级基金知识科普，并和粉丝积极互动。一些专业的分级基金投资者甚至通过微信、微博向鹏华基金提出分级产品构想，共同探讨分级基金产品未来发展方向。一个由分级基金互动产生内容的新型分级基金社群日渐成型。这种社群化的互动方式也进一步丰富了鹏华基金在分级基金领域的布局思路，使得未来鹏华基金分级基金产品在布局真正从投资者需求出发，满足投资者多元化的投资需求。



鹏华基金分级英雄



分级英雄



请关注订阅号鹏华基金鹏友会