提升ETF收益,做好这三点就对了

■青岛财经日报/首页新闻记者 李冬明

首页独家 老狼财经

玩基金绕不开ETF。从2004年第一只产品上市开始计算,A股ETF已经近20年了。截至去年年末,ETF持有人接近8000万,今年市场行情整体不佳,但ETF规模反而逆势增长了2000多亿元,刷新了历史纪录。

ETF很火,但投资者最关心的还是盈利。ETF怎么玩才能实现高概率盈利?一些常见误区你是不是也曾踩中?东方财富近期联合华夏、易方达等九家基金公司联合进行问卷调查,发布了一份ETF投资者行为趋势报告,其中的一些重要结论很有参考意义。狼叔今天就结合自己的投资经验和教训,给朋友们解读下这份报告。

哪种ETF最容易赚钱?

选择大于努力。选择对了,事半功倍;选择错了,一切白费。ETF也是这样,迈出关键的第一步,38.9%的投资者倾向于投资行业/主题ETF,选择宽基ETF占比为35.3%。另外还有17.5%的受访者偏爱风格策略类ETF,主要是跟踪红利、成长、低波动等特殊指数。

从实际投资效果看,果然应验了那句话——机会只属于少数人。风格策略类ETF虽然关注度最低,但投资者的盈利比例最高,达到了72.4%;关注度最高的行业/主题类ETF,盈利比例反而最低为61.5%。

解释这个现象,我们可以把市场收益想象成一个披萨。行业/主题ETF这个披萨很大,但来吃披萨的人也很多,每个人分到的反而越少,来晚了只能吃到披萨渣。风格策略类ETF披萨不大,但吃披萨的人少,平均每人分到的反而多。

看完这个比喻,我们再回想下过去两年的赛道投资,光伏、新能源汽车、生物医药、白酒等行业的ETF都是市场热卖的产品,但最终收益率体验不佳,原因就是投资者过度拥挤,利润被严重摊薄。

风格策略指数市场热度比较低,但指数本身含金量比较高。比如红利指数的权重股是具备持续分红能力的绩优股,低波动指数编制采用了量化模型选择波动小的股票作为权重股,具有天然的防御能力。相比行业赛道的大起大落,风格策略指数能提供更加稳定的预期。

对于ETF来说,波动并不只是风险,波动也是投资机会的来源,不少投资者选择承担风险,守得云开见月明。调查显示,随着家庭收入的提高,ETF盈利概率也呈现出同步提高。100万元以上高收入家庭中,有32.6%能够承受超过30%的亏损,而盈利概率达到了69.1%。30-100万元收入家庭的盈利概率为70%,明显高于10万元以下家庭的59.2%。

投资真的是一场有钱人的游戏。

如何买卖胜算更高?

相比开放式基金,ETF的工具属性更强,除了中长期配置,很多投资者还用ETF来做波段或是短线操作。不管哪种操作模式都需要解决买和卖的问题。

对于买入标准,近七成投资者选择"ETF对应板块估值较低"时买入,选择"捕捉实时热点"和"ETF对应指数/板块大跌"买入的投资者均为30%左右。

对于卖出标准,选择"达到止盈目标"、"ETF对应板块估值相对较高"、"ETF对应指数/板块大涨"这三种的投资者最多,占比分别为61.9%、50.4%和24.2%。

看起来,按照板块/行业估值进行买入和卖出最专业,也最符合价值投资这个主流导向,但理论和实践之间就是有距离。实际数据表明,盈利概率最高的操作模式是"捕捉热点买,高估卖",盈利概率达到了72.9%。盈利概率次高的模式是"捕捉热点买,止盈卖",盈利概率70.2%。而"低估买、止盈卖"和"低估买,高估卖"两种模式盈利概率表现一般。

为什么抓住热点买入效果更好?首先是投资效率高,热点之所以成为热点,是因为这类资产具备很强的吸引力,可能是政策推动也可能是业绩优异或其他原因,获得了资金持续流入,打造出赚钱效应,投资热点会减少等待和煎熬的时间。其次是避免低估值陷阱。低估值往往意味着业绩前景不佳,市场预期不乐观因此对股价打折扣,投资低估值行业很可能买在景气下滑和股价下跌的半山腰。

综合上述两点,根据热点买入ETF是一种更加简洁直观的标准,更适合发挥ETF高效率、低成本的交易工具优势。当然,需要配合好卖出原则。狼叔比较习惯止盈操作,达到或超过收益率目标后分批卖出。

单笔买入和定投哪个更好?

一次性单笔买入和普通定投是投资者最常用的两个主流买入方法,占比都超过了40%。另外有29%的投资者采用了网格定投买入法。

投资天平再次向少数派倾斜。选择网格定投法的投资者盈利概率达到了67.6%,领先一次性买入法近5个百分点,领先普通定投1个百分点。

网格定投就像在市场中画出一张网,每一个网格大小一致,围绕一条预先设定的基准价,上涨和下跌都以网格中的价格严格进行操作,避免追涨杀跌的情绪冲动,这种方法最适合震荡行情,在单边上涨或下跌市场中会失效。

在趋势上涨中,哪种策略比较有效呢?狼叔补充个知识点——海龟交易法。发明人是美国商品投机家理查德·丹尼斯,他用海龟交易法训练的13个交易员,四年时间创造年均80%收益率的纪录。海龟交易法可以简单理解为20日均线为基准进行买卖,突破20日均线买入,跌破20日均线卖出。20日均线在技术分析中通常被视为中期趋势信号,突破则意味着上涨趋势确立并可能延续,跌破则意味着上涨趋势结束转为下跌。当然还需要辅助仓位管理等技术,感兴趣的朋友可以问一下百度。

至于下跌市,狼叔不建议买入。涨不言顶,跌不言底,来股市是奔着利润来的,不是为了套牢转长线感动自己。

销售服务费"跳水价"频现 倒逼基金代销机构转型

近期,多只固收类公募基金销售服务费跌破1折,德邦锐兴债券E、华润元大稳健债券C等产品的销售服务费甚至出现0.1折的"跳水价"。部分固收类产品因销售服务费折扣而吸金显著。

业内人士认为,今年权益市场相对较弱,零售端固收类产品整体销售势头较好。由于销售服务费每日计提入净值,所以销售服务费打折有利于提高投资者收益,直接让利给持有人,增强产品在客户端的竞争力。同时,也在倒逼销售机构从"渠道为王"向"买方投顾"转型。

销售服务费跌破1折

Wind数据显示,截至11月14日,今年下半年以来已宣布参与基金销售服务费优惠活动的货币市场型基金、债券型基金等固收类产品(不同份额分别计算)数量突破40只,销售服务费率的平均折扣低至约1.4折。其中,德邦锐兴债券E、华润元大稳健债券C等产品的销售服务费率以0.1折的优惠力度拔得头筹。

公告显示,8月7日至次年7月31日,德邦锐兴债券E的销售服务费年费率由0.25%降至0.0025%;9月5日至9月15日,华润元大稳健债券C的销售服务费年费率由0.10%降至0.001%。随着销售服务费大幅让利,德邦锐兴债券E在三季度获得4374.09万份的净申购,该基金份额数量也实现翻倍。

有利于增强产品竞争力

记者采访业内人士了解到,公募基金的销售服务费大多是C类份额收取,并且销售服务费大部分都会给代销渠道,这也是代销渠道的重要收入之一。虽然销售服务费率是由基金公司和代销机构双方协商得出,但主要话语权还是在渠道端。

"虽然代销渠道端可能会因为费率折扣的问题和基金公司讨价还价,但如果代销渠道足够强势,一旦价格基准定了下来,那么该渠道上线的基金产品都会按照这个价格来。"猫头鹰基金研究院渠道相关人士说。

此外,上海某公募渠道人士提及,特别是更加重视保有量的部分线上渠道,主要就是通过销售服务费来驱动,所以在大部分情况下,三方机构对于销售服务费的折扣会比较敏感。但由于互联网渠道的边际成本较低,所以它们在销售服务费折扣上的表现相对比较开放。

至于为何近期销售服务费折扣集中出现在固收类产品上,该渠道人士表示,今年权益市场相对较弱,零售固收类产品整体销售势头较好,业绩竞争也比较激烈。

"销售服务费是每日计提入净值的,所以销售服务费打折有利于提高投资者收益,直接让利给持有人,增强产品在客户端的竞争力。"该渠道人士表示,对于基金公司而言,还有业绩提升的品牌效应。

向买方投顾转型

"基金代销在银行和券商收入中占比较小,所以预计影响程度最大的是第三方渠道。由于费改是针对全行业制定统一标准,为维持行业可持续发展,行业盈亏平衡是降费的极限。目前投顾服务还是以线下为主,以20%作为行业平均利润率假设,我们预计20%左右的渠道费率降费幅度上限相对合理。"中信证券研报表示。

基金销售服务费频繁打折,盈米基金研究员王太阳认为,这其实是在倒逼销售机构从"渠道为王"向"买方投顾"转型。当机构从资管和交易中赚取的利润越来越少时,就会倒逼机构更加关注客户的账户收益和体验,用买方的思维帮助客户进行资产配置。

据《中国证券报》

公募基金频现打折促销 中小规模公司压力增大

11月份以来,多家基金公司密集发布旗下部分基金新增代销机构及参与其费率优惠活动的公告,同时,还有部分基金公司直销渠道费率优惠,折扣直接降至"0折"。

Co-Found智库金融行业研究负责人聂清云在接受记者采访时表示,对于投资者而言,费率优惠活动可以带来两大好处。首先,费率优惠可以降低投资者的交易成本,提高投资回报率;其次,可以鼓励投资者增加投资金额,从而获得更多的收益。

随着费率优惠活动的广泛深入开展,业内人士分析认为,这将加剧基金公司之间的竞争,中小规模的基金公司将面临更大的压力。

联合代销机构打折促销

据记者不完全统计,11月份以来截至发稿,已有7家基金公司发布了近10份有关旗下基金开展直销费率优惠活动的公告。

例如,11月13日,明亚基金管理有限责任公司发布公告称,为更好地满足广大投资者的理财需求,决定自11月13日(含)起在公司直销柜台和网上交易系统开展基金申购(含定期定额投资)费率优惠活动。具体来看,2023年11月13日(含)至2024年2月13日(含),通过明亚基金直销柜台和网上交易系统(含官网和微信公众号等)申购(含定期定额投资)明亚价值长青混合型证券投资基金A类份额、明亚中证1000指数增强型证券投资基金A类份额、明亚久安90天持有期债券型证券投资基金A类份额时,申购(含定期定额投资)费率为原费率的0折。

此外,基金公司还常常与代销机构联合打折促销,开展费率优惠活动。截至11月14日,有近40家基金公司发布了关于旗下部分基金新增销售机构并参与其费率优惠活动的公告,万家基金发布了15份相关公告,数量居首。

例如,11月14日,浦银安盛基金管理有限公司发布关于旗下部分基金新增招商银行为代销机构并开通基金定投业务、参加其费率优惠活动的公告。

专精特新企业高质量发展促进工程执行主任袁帅表示,基金公司在选择新增代销平台时,会综合考虑代销平台的获客能力、投顾服务、营销实力、客户偏好、费率等多个因素。在给予费率优惠活动的时候,也会根据不同代销平台的特点和优势来制定不同的策略,以实现双赢的效果。

前海开源基金首席经济学家杨德龙认为,基金公司在选择代销平台的时候,会将费率更优惠的平台纳入考虑范围,更好地落实降费的优惠。

谈及未来基金公司参与费率优惠活动的趋势,聂清云认为,可能会出现两种情况:一种是费率优惠活动的规模和幅度逐渐趋于稳定,基金公司更加关注产品创新和服务质量;另一种情况是竞争更加激烈,各基金公司会推出更具吸引力的优惠活动来争夺市场份额。

加强内功适应挑战

尽管降低费率可以吸引更多的投资者购买基金,但是基金长期表现和投资价值才是投资者更应该考量的。提高基金管理能力、资产配置水平以及基金公司自身的实力等能够提升基民投资回报预期更重要。

"在费率普遍降低后,基金公司在规模上的竞争必然会进一步加剧,基金行业可能会加速洗牌,特别是中小基金公司的处境会更为困难。"星图金融研究院研究员武泽伟向记者表示。

南开大学金融发展研究院院长田利辉表示,在市场份额的争夺中,由于中小基金公司的规模较小,降低费率可能会导致其营收下降,对公司的经营造成一定压力。但是,这也可能会促使中小基金公司加强自身的内功,提高投资管理和服务水平,增强自身的竞争力,实现特色发展,改变同质化竞争的局面。

袁帅认为,降低费率对于基金公司和投资者都可能带来一定的影响,基金公司需要灵活应对市场变化,提高自身服务质量和投资管理能力,以适应市场的变化和竞争的挑战。

在巨丰投顾高级投资顾问黄德杰看来,未来,基金产品可能会出现更加积极的变化。基金公司会通过优化产品结构,实现产品的提质增效弥补费率降低的影响。

据《证券日报》

在A股3000点上方拉锯 私募低仓位存踏空风险

当前,上证指数在3000点上方拉锯的背景下,多家一线私募人士表示,当前对A股后市更加积极乐观,从长周期来看,上证指数运行在3000点之上才应当是常态。年末阶段市场的赚钱效应预计将有较好的持续性,保持低仓位将存在踏空风险。

通联数据显示,截至11月14日收盘,上证指数、深证成指、创业板指的市盈率估值,分别处于近三年30.15%、3.64%、1.79%的历史分位。整体来看,A股主要股指的市盈率估值优势依旧较为突出。

世诚投资总经理、基金经理陈家琳表示,从历史上看,上证指数运行在3000点之上才应当是真正的常态。目前对A股市场中期表现更为乐观。一是外部宏观环境正在发生积极变化;二是国内经济基本面仍在继续恢复中,经济增长的韧性将为资本市场提供支撑;三是前期一系列"活跃资本市场,提振投资者信心"的政策举措,均是针对市场顽疾的长效机制;四是A股公司盈利增速三季度实现同比转正,上市公司整体盈利能力逐步企稳。

从当前私募机构的整体仓位水平和仓位应对角度看,保持"积极仓位姿态"、择机加仓并优化组合结构,仍然是一线私募的共识。

私募排排网本周发布的一份国内股票私募机构的最新监测数据显示,截至11月3日(因信披合规等原因,私募产品净值及仓位测算数据相对滞后),国内股票私募机构平均股票仓位为79.60%,环比前一周微降0.11个百分点,连续第五周保持在80%左右水平。此外,截至11月3日,头部方阵中的百亿级股票私募平均仓位从前一周的75.86%上升至75.96%,也保持在较高水平。

从各方现阶段看好的行业方向看,近期反复活跃的科技、成长则依然是多家一线私募重点看好的投资主线。

综合

前10月逾四成股票策略私募实现正收益

10月A股探底回升,虽然月末略有反弹,但全月跌幅依旧较大,不同规模私募旗下股票策略表现欠佳。私募排排网数据显示,截至10月底,2799家不同规模私募旗下股票策略产品10月整体收益为-1.60%,其中632家私募旗下股票策略产品实现正收益,占比为22.58%。

数据还显示,截至10月底,有业绩记录的2686家不同规模私募旗下股票策略产品年内整体收益为-1.93%,其中1106家实现正收益,占比为41.18%。不乏私募旗下股票策略产品实现了高收益,包括142家私募旗下股票策略产品年内收益超20%,208家收益介于10%-20%之间。

大盘蓝筹股虽然10月跌幅较大,但今年来表现在各大指数中相对较好,因此大规模私募旗下股票策略产品年内表现领跑。截至10月底,67家50亿-100亿规模和67家百亿规模私募旗下股票策略产品年内整体收益依次为1.28%和0.30%,依旧保持了正收益,正收益占比也超过50%。此外,截至10月底,239家规模5亿-10亿私募旗下股票策略产品年内整体收益为0.91%,其中正收益占比亦超过五成。

综合