

2012 年基金年报披露完毕

1274只基金盈利1267.47亿元

本报讯（记者 许超声）70家基金管理公司旗下1274只基金2012年年报显示，与2011年哀鸿遍野的景象完全不同，基金在2012年收入及利润大幅增长，全年整体盈利1267.47亿元，雪耻了2011年亏损5004.45亿元的历史业绩。

偏股基金成盈利主力

从类型上看，2012年，各类型基金基本全线飘红，其中偏股型基金成为盈利的主力，全年股票型基金实现利润598.40亿元，混合型基金盈利206.30亿元，合计利润占行

业整体利润的63.49%。

固定收益产品去年表现也相对良好。统计显示，去年货币市场基金合计盈利162.70亿元，在各类型基金中排名第三；债券型基金则以135.27亿元的利润水平位列第四。保本基金当年盈利19.43亿元，需要指出的是，尽管从绝对值上看并不算多，但相比2011年2563.11万的盈利水平，增幅高达7500%。

此外，2012年下半年，在全球央行联手量化宽松政策的影响下，海外市场一路高歌猛进，这也使得QDII

基金成为去年净值涨幅最高的一类基金。统计显示，2012年QDII基金为基民实现利润74.66亿元。

大公司盈利继续丰厚

从公司层面看，纳入统计范围的70家基金公司中，有61家旗下基金整体实现盈利。华夏、嘉实、南方、易方达和博时旗下产品“创收”最多，分别实现盈利132.18亿元、118.91亿元、82.25亿元、79.97亿元和67.05亿元；此外，广发、富国、交银施罗德和华安等公司旗下基金“账本”也相对理想，整体利润水平

都在4亿元以上。

有道是几家欢乐几家愁。年报也显示，部分中小公司基金的盈利表现则不尽如人意，纽银梅隆西部、长安、富安达、益民等9家公司基金整体出现亏损。其中，华泰柏瑞旗下16只基金整体亏损11.96亿元，在各基金公司中排名垫底。

今年波段向上概率大

去年复苏的行情显然鼓舞了基金经理的投资信心。各家基金在年报中都认为，今年A股市场总体面临比2012年更加有利的市场环境。

景顺长城核心基金认为，经济增长势头已经在回升，目前较为宽松的货币政策可能继续保持，受此影响企业盈利会温和改善。

大成基金认为，从基本面角度看，2013年的经济增速相较于2012年出现小幅反弹，但通胀的快速回升，会在2013年中期左右影响经济复苏进程，流动性继续维持表内控制表外宽松的局面，市场面临的依然是弱复苏的背景，因而整体判断向上的波段行情概率大，但全年难以出现大幅上涨。

嘉实主题基金认为，2013年，市场波动的幅度和频率可能将大于2012年，因此主动管理（创造业绩）的空间较大。经济复苏和改革将成为市场两大主线，尤其是后者，因应于土地、户籍改革，大部制职能调整等，可能在A股市场上有所表现。



专家看盘

随着上周冲高回落，A股市场再度调整。由于目前上证指数已经逼近2216点年线附近，因此市场上有观点认为年线附近可以做多，博弈反弹，但笔者认为年线位已无支撑，朝不保夕，不可盲目介入。

理论上，年线即250日线作为长期趋势线，在股指运行具有较强指代意义。当股指在年线上方运行，往往是多头市场、强势格局，此时年线对指数形成下档支撑。而当指数转弱，向下穿越年线时，受其影响会出现一定力度反弹，历史上相关案例屡见不鲜，因此年线也被市场看作一个重要的技术参考位。

不过，从本轮调整情况看，年线附近博反弹的风险很大，主要有两个原因。首先，两周以前股指在2232点处已经出现过一波反弹，当时年线在2222点，两者相差仅10点，可以视作为年线引发的技术反弹，而这次下来已是第二次考验，所谓一而再再而衰，其支撑力度大不如前。其次，在两周以前的那次反弹中，反弹高点为2344点，从2344点到现在的2220点，只有124点的落差，即5%的空间，这对做短线博弈的机构而言，明显缺乏空间。

从目前看，由于市场环境不确定性较大，机构资金持续外流，投资心态日趋保守，尤其是前期表现较强的中小板创业板开始补跌，形态上出现明显的头部构造，因此A股市场阶段性调整已成定局。从技术上看，在上周四股指大幅跳空下行后，周五及本周前两天，股指弱势盘整，反弹乏力，呈现典型的防御性下跌、且战且退的走势格局。因此，即便再次触及年线，也难以出现像样反弹，相反击穿年线，继续探底的可能性很大。

基于目前的调整趋势，投资者在操作上，仍然需要高度警惕，严格控制持股仓位，尽量把仓位压得低些，通过仓位控制来回避系统性的调整风险。同时，不轻易抢反弹，在市场缺乏趋势性机会的前提下，个股博弈的风险巨大，个人投资者成本极高。因此多看少动，保持轻仓，顺势而为，才是近期操作的最大要诀。

申银万国 钱启敏

李宁公司去年亏损近20亿元

营业收入为67.39亿元，同比减少24.5%

本报讯（记者 陈杰）在中国香港上市的李宁有限公司（2331.HK）日前宣布，该公司2012年度收入为67.39亿元，同比减少24.5%；毛利为25.50亿元，同比减少36.9%；亏损19.79亿元人民币，部分原因在于减少批发销售、应收账款及库存的拨备、推行变革计划及渠道复兴计划的相关成本以及其他重组性成本。该公司执行副主席金珍君在电话沟通会上表示，此次亏损是将过去所有账上的风险做一次性处理。

李宁公司人士表示，传统的批发式运营已不能使公司在充满激烈竞争的全新市场环境下占有优势，也不能满足日益成熟的消费需求。因此，该公司采取了一系列举措希望从根本上解决这些问题，协助恢复长远、可持续盈利能力。渠道复兴计划，连同变革计划的其他举措，在过去几个月中已经取得一定的进展，目标是逐步实现从传统批发模式向以零售为导向模式的转变。

市场人士分析认为，中国体育用品行业正经历最严重的下调周期。国内几大体育品牌都正经历着业绩下滑。多年来的扩张导致经销商积压大量库存，反过来影响了零售店铺的经营和盈利能力。李宁公司的渠道复兴计划效果究竟如何，仍有待市场检验。

（本版观点仅供参考）

用金融缔造美好生活

——浦发银行上海分行全面启动“普及金融知识万里行”系列活动

“用金融缔造美好生活”，为维护金融消费者合法权益、开展金融消费者权益保护及公众教育服务工作、提升文明规范服务水平，根据中国银行业协会统一部署及要求，结合浦发银行的“三进”系列活动，以及防范电信诈骗等工作主题，浦发银行上海分行“普及金融知识万里行”系列活动于2013年3月正式启动。

3月15日前后，浦发银行上海分行结合金融消费者权益保护等活动开展咨询、宣传活动，让市民更加了解银行业务、更多掌握金融知识，从正确的理财观着手，引导市民树立金融消费者权益保护意识。4月，浦发银行上海分行启动

“金融服务普惠公众服务月”，并且定于4月1日为“金融服务普惠公众服务月”集中宣传日。以网点为单位，在营业网点内或网点周边设宣传台并摆放宣传资料、根据客户实际需求在人员密集区域（如社区、商区）进行资料发放、主动为金融消费者提供上门金融知识普及服务等多种形式将金融知识送至金融消费者身边。5月启动“防范金融风险知识宣传服务月”，将持续开展消费者“防范金融风险知识宣传月”活动。网点内开辟活动专区，对用卡安全、ATM机使用、投资理财、非法集资、电话诈骗等存在风险的业务进行充分宣传揭示，并利用户外LED屏幕、ATM显示屏、液晶电视等渠道配合宣传活动。5月3日该行将组织青年“理财之星”志愿者开展公众宣传防范金融风险知识服务集中宣传日活动。通过设立户外宣传台，结合“三进”工作开展，向特定人群授课、走进社区等形式扩大防风

险知识普及范围。实现确保内部风险控制的同时，着力强化银行消费者风险防范意识的目的。6月为“消费者权益保护宣传服务月”，该行将结合中国银行业协会编制的《中国银行业从业人员消费者保护知识读本》的内容，组织员工对消费者保护工作的培训和学习，增强行内员工对消费者保护工作的意识、进一步规范销售的各个环节，充分向客户提示产品特性、注意事项及风险点，介绍消费者拥有的主要权利和相关义务。通过6月的“消费者权益保护宣传服务月”活动，全面构筑健全的消费者权益保护机制。6月1日为该项专题活动的集中宣传日，浦发银行上海分行还将积极组织辖内支行、网点深入社区、商区，开展主题为“消费者权益保护服务日”的活动，进一步扩大宣传活动辐射范围。7月为“创先争优，为民服务月”。浦发银行上海分行根据自身业务特色、产品特性、网点分布、目标客户群体

等特点，充分考虑消费者个性化金融服务需求，开展主题月活动。7月2日为“创先争优，为民服务”主题日活动，该行将组建以市级和分行级“理财之星”、“融资服务之星”、党员业务骨干为核心的“轻松理财志愿者”团队，通过举办讲座、发放宣传资料等形式开展相关活动。同时，宣传该行可提供的个性化服务和产品以及相关扶持政策，并了解研究特殊客户群体的实际需求，进而不断改善银行服务，为产品创新开阔思路。

在当前形势下，一方面银行产品和服务高速发展，另一方面广大公众对于银行业服务认识还相对滞后。如何切实保护金融消费者权益，如何提高金融消费者生活质量，倡导诚信、透明的金融消费环境，保持银行业可持续健康发展是当前摆在各银行同业面前的共同课题，由中国银行业协会倡议启动的“普及金融知识万里行”活动可谓恰逢其时。在中

国银协、上海银行业同业工会的共同指导下，浦发银行长期以来坚持面向广大公众开展公众教育工作，积极配合参与各项由监管机构和行业协会发起的公众教育活动，通过持续完善风险防范机制，提升网点服务能力、优化客户办理手续，履行风险提示义务等多种手段，帮助广大公众普及金融知识、倡导理性消费。

相信随着“普及金融知识万里行”系列活动的深入开展，将促进该行客户服务能力进一步提升、客户服务内涵的进一步丰富。浦发银行也将以此次系列活动为契机，逐步建立长效宣传机制，将金融知识普及工作常态化、机制化，帮助广大公众、客户共建学习并一同“用金融缔造美好生活”，更好地践行企业社会责任！

浦发银行 20 年

感恩·同行 共赢未来