

购买复制基金忌盲目跟风 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/486/2021_2022__E8_B4_AD_E4_B9_B0_E5_A4_8D_E5_c33_486854.htm 自2006年7月南方基金公司发售了国内首只复制基金(,,)贰号基金以来，市场上已经相继出现了6只复制型基金。由于复制基金通常“系出名门”，因而其业绩也备受关注。但从去年的整体业绩看，国内6只复制基金与母基金互有胜负。(,,)贰号以134.46%的成绩傲视群雄，成为2007年复制基金的增长冠军。何谓复制基金 所谓复制基金主要是指按照原来的投资理念组建一只新的基金。我国基金中已经有6对母基金和复制基金，分别是(,,)与(,,)、易方达策略成长与易方达策略成长贰号、南方稳健成长与(,,)、(,,)与(,,)、(,,)与华夏回报贰号、(,,)与(,,)。基金持续营销方式创新 从已经推出的6只复制基金可以看出，母基金之前的操作业绩非常优异，因此根据原有的投资风格再度组建另外一只基金，是基金持续营销方式的创新。由于我国市场上投资者不成熟，申购基金时更加关注的是基金的单位净值，这就使得以往那些业绩增长快、单位净值高的基金反而受到较大的赎回压力，因此以往许多业绩优良的基金就通过多次分红来降低单位净值以减轻赎回的压力。相反那些业绩并不理想、单位净值增长慢的基金赎回压力反而较小，致使基金的规模与业绩表现形成了反比。如果仅依靠发行新的基金来扩大或维持基金规模是很难的，因为基金公司投资理念相对是固定的，去制造太多概念型的股票空间不大，而且监管层对新基金的审批比较严格。所以从体制角度出发，产生了复制基金，目前可以复制出2号，只要业绩好说不定未来还可以复

制3号、4号，以解决优质基金品种规模不断萎缩的问题。在现有的6对复制基金与母基金中，由于海富通精选贰号基金成立于2007年4月9日，并无全年的业绩可以参考，因此可比的共计有5对母基金与复制基金。整体来看，在可比的5对母基金与复制基金中，有2只复制基金2007年业绩超过了母基金。

（见右表）与母基金投资理念相同 复制基金并不意味着新成立的基金和老基金是同样的投资品种，它只是保持老基金的投资理念和思路，但在具体的品种选择和时机把握上还是有不同的。市场的变化是快速难以把握的，因复制基金推出的时点不同，导致复制基金很难达到原来基金的辉煌。这也证明，只有不断创新才能有所突破，只有不断进取才能保持领先，否则循规蹈矩则只能导致不断地倒退。所以，复制基金在保持投资理念基本相同的基础上必须有所突破，才能获得良好的业绩，甚至能够有所超越，而不是简简单单地跟随。

复制基金备受争议 复制基金的诞生对市场有积极的一面，因为只有好的基金才会允许复制，这就使得那些业绩优异的基金规模可以持续放大，对市场的影响力也会越来越大。而这些基金之所以业绩好，表明它们抓住了市场的主流，它们的规模大了之后，其投资理念也就成为市场的主流，同时也促进了市场的竞争。因为优胜劣汰，好的基金得到生存，业绩不佳的被淘汰，使得市场投资方法和理念可以不断地更新。

复制基金也备受争议，复制基金诞生伊始就有人指责它主要是基金公司为了扩大规模、增加管理费而创设的。还有人指出，短期内复制基金业绩与母基金相比可能会有一定程度的差异，表现远没有母基金优异和稳健。银河证券首席基金分析师胡立峰表示，投资者在选择复制基金时首先应关注复制

基金与老基金的关系：复制基金是否独立建账？单独核算？单独管理？是否能保障投资者的利益。产品很快出炉的同时，相关管理制度能否跟上，建议不要盲目跟风购买。本报记者高晨 2007年复制基金与母基金年收益比较 母基金 年收益率 复制基金 年收益率 易方达策略成长 133.88% 易方达策略成长贰号 134.46% 南方稳健成长 123.63% 南方稳健成长贰号 117.75% 景顺长城内需增长 106.97% 景顺长城内需增长贰号 114.59% 华夏回报 122.13% 华夏回报贰号 113.61% 博时价值增长 118.38% 博时价值增长贰号 106.94% 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com