

## 五招读懂基金年报

闻群

基金年报是基金完整年度运作的总结性报告,但动辄几十页的基金年报往往令读者眼花缭乱、无从下手。建议投资者可以抓大放小,从三项费用、持股明细、持有人结构、市场走势判断、换手率五方面重点捕捉基金年报中的有用信息。

**看管理费、托管费、交易佣金三项费用。**其中基金管理费收入(包括客户维护费)和托管费在“年度财务报表”部分有单独表格列示,交易佣金在“重大事项揭示”中有单独表格列示。

在目前的固定管理费率制度下,基金管理费收入的多少主要取决于资产规模的大小。但也不是与管理业绩毫无关系的,因为从长期来看,基金业绩是基金公司管理费收入的本源所在。业绩做好了,才能获得投资者的认同,基金资产规模才能逐渐壮大,管理费收入才能上升。此外,需要注意的是,基金管理费收入并不是全部归基金公司所有,根据2009年基金年报,基金公司约把15%的管理费支付给代销渠道作为客户维护费。

基金托管费也是根据基金资产规模收取的固定费用。基于托管银行相对基金公司的职责要少一些,因此托管费用也较管理费用要低。2009年度13家托管银行共收取了50.38亿元的托管费。

基金支付给券商的交易佣金和基金进行股票交易的活跃程度相关。在2009年度股市向好、基金股票交易量大幅上升的背景下,共产生了66.89亿元的交易佣金,较2008年增加了约60%。

**看“投资组合报告”中列示的基金持股明细。**投资者可以把年报披露的持股明细数据和基金四季报披露的前十大重仓股进行对比分析,挖掘基金重点持有、但因为总盘子较小进不了基金十大重仓股行列的隐形重仓股,从而进一步



了解基金的选股特征。

**看“基金份额持有人信息”中列示的基金持有人信息。**一般来说,机构投资者基于专业性和信息的优势,会体现出优配、优选基金的能力。基金投资者可以观察和比较基金的机构持有比例、上市基金的十大持有人情况,借以了解机构持有基金的动向。

**看“管理人报告”中透露的基金对下阶段市场走势判断、偏好的热点主题和行业。**这部分内容既可以让基金投资者知悉自己所投资基金的操作思路,还可以让股票投资者把握基金关注的下阶段热点行业和主题。相关研究表明,基金新增的行业、主题一般在下阶段会有较为突出的表现。

**从年报披露数据计算偏股型基金的换手率、基金的股票、债券投资管理能力。**基金换手率可以用年报披露的基金股票交易量,结合基金年度内的平均股票资产来进行计算。需要注意的是,换手率水平仅体现基金操作风格和特征,换手率高表明基金的股票操作相对比较活跃,换手率低则表明股票操作相对平稳,从长期来看换手率和业绩没有显著相关性。但是在2009年活跃的市场环境中,换手率高、操作积极的基金整体显示了获益能力上的优势。此外,投资者对于换手率高、但业绩表现又持续低迷的基金应保持警惕。这一方面可能是由于基金经理在投资运作上没有明确的想法、随波逐流所致;另一方面也可能是基金存在流动性风险,持有人的申购赎回导致基金被迫频繁买卖股票。■

(摘自《中国证券报》)

## 领导者的价值在于有愿景

佚名

在非洲一片茂密的丛林里,四个皮包骨头的男子扛着一只沉重的箱子,在茂密的丛林里踉踉跄跄地往前走。这四个人是:巴里、麦克里斯、约翰斯、吉姆,他们是跟随队长马克格夫进入丛林探险的。马克格夫曾答应给他们优厚的工资。但是,在任务即将完成的时候,马克格夫不幸得了病而长眠在丛林中。

这个箱子是马克格夫临死前亲手制作的。他十分诚恳地对四人说道:“我要你们向我保证,一步也不离开这只箱子。如果你们把箱子送到我朋友麦克唐纳教授手里,你们将分得比金子还要贵重的东西。我想你们会送到的,我也向你们保证,比金子还要贵重的东西,你们一定能得到。”

埋葬了马克格夫以后,这四个人就上路了。密林的路越来越难走,箱子也越来越沉重,而他们的力气却越来越小了。他们像囚犯一样在泥潭中挣扎着。一切都像在做恶梦,而只有这只箱子是实在的,是这只箱子在支撑着他们的身躯,否则他们全倒下了。他们互相监视着,不准任何人单独乱动这只箱子。在最艰难的时候,他们想到了未来的报酬是多少,当然,有了比金子还重要的东西……

终于有一天,绿色的屏障突然拉开,他们经过千辛万苦终于走出了丛林。四个人急忙找到麦克唐纳教授,迫不急待地问起应得的报酬。教授似乎没听懂,只是无可奈何把手一摊,说道:“我是一无所所有啊,噢,或许箱子里有什么宝贝吧。”于是当着四个人的面,教授打开了箱子,大家一看都傻了眼,满满一堆无用的木头!“这开的是什么玩笑?”约翰斯说。“屁钱都不值,我早就看出那家伙有神经病!”吉姆吼道。“比金子还贵重的报酬在哪里?咱们上当了!”麦克里斯

愤怒地嚷着。此刻，只有巴里一声不吭，他想起了他们刚走出的密林里，到处是一堆堆探险者的白骨；他想起了假如没有这只箱子，他们四人或许早就倒下去了……巴里站起来，对伙伴们大声说道：“你们不要再报怨了。咱们得到了比金子还贵重的东西，那就是生命！”

一个领导者的职责和价值是什么？绝不是给部下工资和奖金，而是给他愿景和信念。因为，当你觉得是你在“发”奖金时，部下却觉得是他在“挣”奖金。只有愿景和信念，是不能基层自发，而只能由领导者给予部下的。■

(摘自《中外管理》)

## 一条妙计救索尼

莫凡

1956年2月的一天，日本索尼公司的副总裁盛田昭夫又一次来到美国，这已经是他第100次跨越太平洋，为小型晶体管收音机寻找销路。不久，盛田昭夫遇上了一位经销商，这个拥有150多家连锁店的买主非常喜欢这种晶体管收音机，他让盛田昭夫给他一份数量从5 000、1万、3万、5万到10万台的报价单。

这是一桩多么诱人的买卖啊！盛田昭夫不由得心花怒放，他告诉对方，需要一天时间考虑。回到旅馆后，盛田昭夫开始谨慎的思考。一般说来，订单数额越大就越有钱可赚，所以价格就应该依次下降。可是当时索尼公司的月生产能力只有1 000台，接受10万台的订单就必须新建厂房、扩充设备、雇用和培训更多的工人，这意味着要进行大量的投资。万一来年得不到同样数量的订货，引进的设备就会闲置，还要解雇大量的人员，这将使公司陷入困境，甚至可能破产。夜深了，盛田昭夫仍在继续苦思良策，反复设想着接受这笔订货可能产生的后果，测算着价格和订货量之间的关系。他要在天亮之前想出一个既不失去这桩生意，又不使公司冒险的两全其美的妙计。

他在纸上不停地计算着、比画着，忽然随手画出一条“U”字形曲线。望着这条曲线，他的脑海里闪电般地出现了灵感——如果以5 000台的订货量作为起点，价格先随着订货量的增加而降低，超过1万台，价格又随着订货量的增加而回升。5万台的单价超过5 000的单价，10万台的价格则更高。按照这个规律，他飞快地拟出一份报价单。第二天，盛田昭夫早早地来到那家经销公司，将报价单交给了经销商，并笑着说：“我们公司与众不同，我们的价格先是随订数而降低，然后它又随订数而上涨。就是说给你们折优惠折扣，1万台内，订数越高折扣越大；超过1万台，折扣将随着数量的增加而越来越少。”

经销商看着手中的报价单，听着盛田昭夫怪异的言论，感到莫名其妙。盛田昭夫耐心地向经销商解释他制定这份报价单的理由，经销商终于明白了，很快和盛田昭夫签署了一份1万台收音机的订购合同。就这样，索尼公司因为盛田昭夫的一条妙计而摆脱了一场危险的赌博。■

(摘自《读者》)

## 国外知名企业的管理绝活

陈静

**麦当劳：把所有经理的椅子靠背锯掉。**美国麦当劳公司创始人雷·克罗克不喜欢整天坐在办公室里，他的大部分工作时间都用在了“走动管理”上，即到各公司、各部门走走、看看、听听、问问。曾有一段时间麦当劳严重亏损，克罗克发现其中一个重要原因是公司各职能部门经理习惯躺在舒适的椅背上指手划脚，把许多宝贵时间耗费在了抽烟和闲聊上。于是克罗克将所有经理的椅子靠背锯掉。结果高层纷纷走出办公室，深入基层，及时了解情况，现场解决问题，终于使公司扭亏转盈。

**美国汽车：总裁桌上的不同颜色公文夹。**美国汽车公司总裁莫端要求秘

书给他的呈递文件按紧急程度分放在不同颜色的公文夹中。红色的代表特急；绿色的要立即批阅；桔色的代表当天必须注意的文件；黄色的则表示必须在一周内批阅的文件；白色的表示周末时须批阅；黑色的则表示是必须他签名的文件。这大大提高了他的工作效率。

**肯德基：用“特别顾客”监督分店。**美国肯德基的子公司遍布全球。一次，上海肯德基有限公司收到了3份总公司寄来的鉴定书，对外滩快餐厅的工作质量分3次鉴定评分，分别为83、85、88分。原来，肯德基雇佣、培训了一批人，让他们佯装顾客潜入店内进行检查评分。这些“特殊顾客”来无影、去无踪，使快餐厅经理、雇员时时感到某种压力，丝毫不敢疏忽。

**日本太阳工业：会议成本分析制度。**日本太阳公司每次开会时，总是把一个醒目的会议成本分配表贴在黑板上。成本的算法是：会议成本=每小时平均工资的3倍×2×开会人数×会议时间(小时)。公式中平均工资之所以乘3，是因为劳动产值高于平均工资；乘2是因为参加会议要中断经常性工作，损失要以2倍来计算。因此，参加会议的人越多，成本越高。有了成本分析，大家开会态度就会慎重，会议效果也十分明显。

**韩国精密机械：“一日厂长制”。**即让职工轮流当厂长管理厂务。一日厂长和真正的厂长一样，拥有处理公务的权力。当一日厂长对工人有批评意见时，要详细记录在工作日记上，并让各部门的员工收阅。各部门、各车间的主管依据批评意见随时改正自己的工作。实行“一日厂长制”后的第一年就节约生产成本300多万美元。■

(摘自《价值中国》)

