

本期要点

- 业绩报告
- 数据资料
- 走进兴业
- 研究与交流
- 报告摘要
- 财富人生

一周基金业绩报告

开放式基金业绩

基金名称	期初净值 (元)	期末净值 (元)	期初累计 净值(元)	期末累计 净值(元)	周累计净 值增幅(%)	全年净值 增幅(%)	设立起净 值增幅(%)
兴业转债	1.4241	1.4462	2.3451	2.3672	0.94	68.68	202.14
兴业趋势	0.9724	1.0050	4.5029	4.6331	2.89	89.29	400.92
兴业全球	2.6398	2.7460	2.6398	2.7460	4.02	92.97	174.60

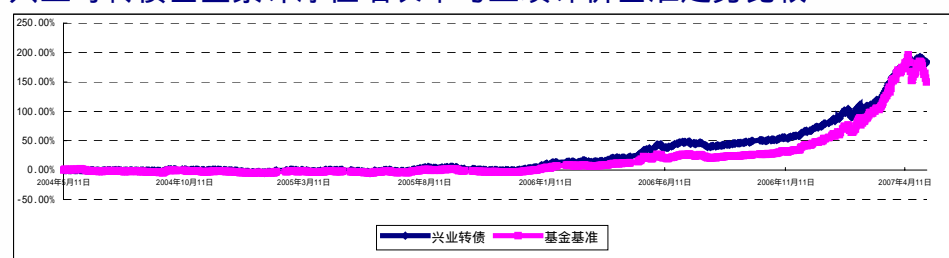
货币基金业绩

基金名称	每万份基金净收益	七日年化收益率(%)
兴业货币基金	0.5860	4.8030

资料来源：兴业基金公司、晨星公司

注：期初值为 2006 年 7 月 13 日，期末值为 2007 年 7 月 20 日

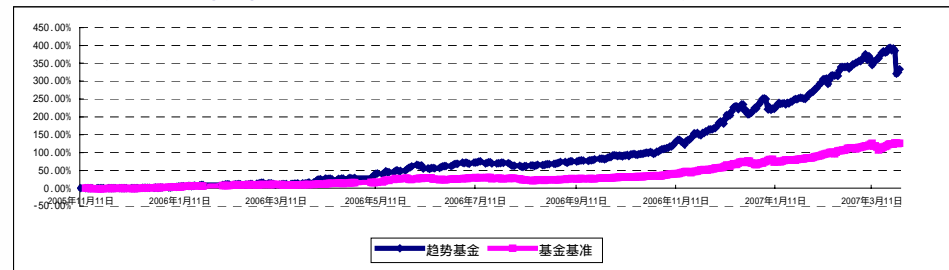
兴业可转债基金累计净值增长率与业绩评价基准走势比较



资料来源：兴业基金公司、WIND、天相投资

注：2005 年 6 月 21 日之前原业绩评价基准规定为：“60%×天相可转债指数 + 15%×中信标普 300 指数 + 20%×中信国债指数 + 5%×同业存款利率”，之后调整为：“80%×天相可转债指数 + 15%×中信标普 300 指数 + 5%×同业存款利率”

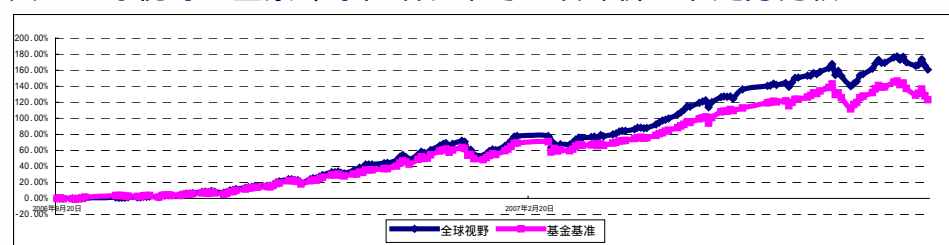
兴业趋势基金累计净值增长率与业绩评价基准走势比较



资料来源：兴业基金公司、WIND、天相投资

注：业绩评价基准为：“中标 300 指数 × 50% + 中信国债指数 × 45% + 同业存款利率 × 5%”

兴业全球视野基金累计净值增长率与业绩评价基准走势比较



资料来源：兴业基金公司、WIND、天相投资

注：业绩评价基准为：“中标 300 指数 × 80% + 中信国债指数 × 15% + 同业存款利率 × 5%”



数据资料

2007年7月20日主要市场指数一览

名称	收盘	周涨幅(%)	名称	收盘	周涨幅(%)	名称	收盘	周涨幅(%)
上证指数	4059	3.69	上证180	8834	4.20	沪市国债	110	0.10
深证成指	13418	4.69	上证50	3103	4.46	沪市企债	118	-0.35

资料来源：天相投资

2007年7月20日天相行业指数一览

序号	名称	收盘	周涨幅(%)	序号	名称	收盘	周涨幅(%)
1	房地产开发	6899.72	14.02	21	食品	6284.11	2.93
2	房地产	5013.43	13.61	22	铁路运输	4844.79	2.85
3	园区开发	4443.12	11.04	23	公路	3240.05	2.77
4	金融	4625.59	6.27	24	汽车及配件	3844.85	2.61
5	民航业	5164.02	6.01	25	造纸包装	2274.17	2.21
6	商业	4481.27	5.56	26	农业	1895.8	2.13
7	建筑业	2688.65	4.73	27	供水供气	3453.28	1.96
8	计算机硬件	1647.17	4.42	28	元器件	1724.68	1.77
9	通信	2367.63	4.38	29	机械	4453.14	1.73
10	传媒	3163.58	4.08	30	综合	3190.65	1.67
11	电力	3346.03	3.98	31	化工	3697.76	1.62
12	贸易	4022.04	3.9	32	化纤	2345.22	1.07
13	石油	6617.85	3.83	33	医药	3288.87	0.49
14	交通运输	4334.99	3.78	34	纺织服装	2966.42	0.13
15	酒店旅游	4749.49	3.5	35	日用品	3563.37	0.09
16	建材	4619.88	3.33	36	家电	2112.73	-0.01
17	航运业	5251.95	3.17	37	有色	7223.76	-0.13
18	软件及服务	1674.26	3.16	38	煤炭	5195.48	-1.4
19	电气设备	2792.99	3.15	39	钢铁	4327.25	-1.51
20	交通仓储	4248.72	3.15	40	石化	7422.68	-1.62

资料来源：天相投资

2007年7月20日可转债主要数据

名称	转债价格	剩余年限	纯债溢价	到期收益率	转股溢价	理论价值	隐含波动率	DELTA	存量(万)	转债转股/总股本
桂冠转债	204	0.9479	88.23%	3.34%	13.35%	188.34	62.50%	0.77	42264	5.26%
创业转债	268.5	1.9479	153.41%	-35.27%	3.50%	265.38	NaN	0.97	8263	1.63%
海化转债	259.95	2.137	159.92%	-33.54%	10.35%	235.57	82.03%	0.82	20090	6.07%
凯诺转债	203.35	4.074	118.32%	-13.70%	6.39%	191.13	46.09%	0.83	19023	16.21%
金鹰转债	150	3.3397	60.12%	-9.09%	8.01%	137.10	94.53%	0.72	32000	23.28%
上电转债	174.99	4.3699	85.11%	-9.23%	-1.38%	177.43	NaN	0.00	40530	5.85%
巨轮转债	167.98	4.4712	84.15%	-8.61%	29.58%	129.63	66.99%	0.63	20000	11.11%
韶钢转债	164.5	4.5534	70.94%	-6.94%	12.39%	146.37	42.97%	0.73	153800	24.25%
澄星转债	129	4.8082	40.02%	-2.41%	115.61%	98.42	95.70%	0.37	44000	6.50%
锡业转债	158.5	4.8192	75.82%	-6.79%	43.34%	118.05	92.19%	0.60	65000	4.13%
中海转债	126.83	4.9534	41.21%	-2.27%	47.25%	106.79	58.98%	0.49	200000	2.38%

资料来源：兴业基金公司



走进兴业

兴业基金获展恒理财“十大基金公司”荣誉

7月14日下午,专注于基金理财的北京第三方理财——北京展恒理财顾问有限公司在中国国际科技会展中心成功举办了“点亮基金理财智慧之光暨2007下半年投资策略报告会”活动,各大基金公司纷纷参加,200多名投资者踊跃互动。

策略报告会对上半年基金市场做一回顾,点评了下半年投资策略,并评选出了“展恒十佳基金”、“展恒十佳基金公司”,易方达等基金公司榜上有名。并且现场各基金公司代表也发表了精彩的讲演。

“展恒十佳基金公司”:评选标准,首先公司成立满2年,这是基础,而且管理基金的规模在200亿以上,然后基金数目三只以上,为了保证基金公司有完整的产品线。然后接下来是旗下基金的整体业绩,主要是包括它的收益水平、风险控制、风险调整后的指标,还有一些专业的指标。从这几个方面来评价,展恒不是业界唯一的标准,只是其中之一。具体名单如下:华夏基金、华安基金、嘉实基金、广发基金、兴业基金、博时基金、易方达基金、上投摩根基金、国泰基金、华宝兴业基金。

兴业基金公司——兴业旗下回报率都远远高于平均水平,整体业绩非常出色。兴业趋势与兴业全球视野这两只“双同基金”,今年上半年的收益率达到80.31%、82.4%,基金经理的个人能力突出。

研究与交流

食品饮料行业07年中期回顾

(兴业基金 董承非)

白酒行业:

05年起,我国白酒消费出现恢复性增长,产量达到350.28万吨,同比增长8.4%;06年产量达到411.06万吨,同比增长18.04%。07年1-5月,产量达到181.36万吨,增长16.38%。

06年,白酒行业规模以上企业实现销售收入971.4亿元,同比增长31.08%;07年1-5月收入473.5亿元,同比增长30.63%,高出同期增速5.88个百分点,呈加速上升态势。

规模以上白酒企业吨酒价格已经从03年的1.6万元/吨上升到07年5月的2.61万元/吨,预计未来2-3年消费结构升级导致的吨酒价格上升仍将是白酒行业增长的重要驱动因素。

07年1-5月,白酒行业规模以上企业实现利润总额60.68亿元,同比上升35.23%,高出同期增速4.84个百分点,并超过收入增长的水平,行业呈现健康发展态势。

06年4月1日起,白酒行业从价消费税由25%下调到20%,为行业带来了良好的发展机遇。07年前5月白酒行业消费税金及附加占主营收入的比重为7.95%,比去年同期下降0.81个百分点,而03年2月时高达10.99%。

白酒行业利润率呈周期性波动,每年春节期间利润率最高,然后逐月下滑,但是整体呈上升趋势。07年1-5月,白酒行业利润率为12.82%,同比上升0.55个百分点,其中消费税调整带来的贡献功不可没。

葡萄酒行业:

中国的葡萄酒消费量仅占国内酒类消费总量的1%,人均葡萄酒消费量约0.35升/年,与世界平均水平相差至少10倍,拥有广阔的市场空间。随着中国人均收入水平的提高(特别是中产阶层的发展壮大),消费结构升级、葡萄酒作为健康饮品的价值被广泛认同等因素,葡萄酒的消费量将呈现快速增长的趋势。

中国短期内很难孕育出类似欧洲的追求绝对品质的葡萄酒企业,普通消费者在相当长的时间里也无法形成对品质的评判力,决定了葡萄酒行业的壁垒更多体现在营销和品牌上,而技术与品质在未来一个阶段不会成为竞争的重点。

长城、张裕、王朝三大企业占据了大半市场份额,行业集中度远高于其他酒种,处于



典型的寡头竞争阶段。

07年1-5月,葡萄酒行业规模以上企业实现销售收入63.65亿元,同比增长18.99%,增速比去年同期下降10.51个百分点;葡萄酒行业竞争较为激烈,直接提价较难,通过调整产品结构使吨酒价格上升,05年吨酒价格为2.36万元/吨,而06年均价上升到2.62万元/吨,人均消费增长和产品结构调整将驱动行业增长。葡萄酒进口关税下降,洋葡萄酒大量涌入,葡萄酒行业竞争加剧,洋葡萄酒逐渐用低端品种挤占国内市场,06年进口均价由05年同期的3.45美元/升降至2.72美元/升。2007年一季度,天津口岸自澳大利亚进口葡萄酒669.1万升,去年同期仅进口0.9万升;自智利进口517.9万升,同比增长69倍。国产葡萄酒面临较大的竞争压力。

07年1-5月,葡萄酒行业规模以上企业实现利润总额8.94亿元,同比增长37.28%,比去年同期增长率高出31.58个百分点,并高于收入增速。07年1-5月,葡萄酒行业毛利率为39.29%,同比上升1.6个百分点;利润率为14.08%,同比上升1.91个百分点。05年华东地区葡萄减产,导致葡萄酒行业成本普遍上升,而06年华东地区葡萄丰产,使葡萄酒行业成本下降。同时,全球葡萄酒行业普遍过剩,洋葡萄酒的大量涌入也为国内葡萄酒行业提供了大量低价原料。

黄酒行业:

07年1-5月,全国黄酒行业规模以上企业实现销售收入29.26亿元,同比增长36.53%,增速比06年同期增长11.46个百分点,收入增长呈加速态势;实现利润总额2.79亿元,同比增长54.15%,增速上升48.42个百分点,呈现良好的增长态势。由于成本上涨因素,黄酒行业毛利率为28.89%,同比下降1.46%;而由于规模效应的提升,三项费用率为16.98%,同比下降3.28个百分点。利润率也随之上升1.34个百分点达到9.54%。黄酒行业规模以上企业数量在四大酒种中最少,整体收入和利润规模偏小,还有较大的提升空间。

啤酒行业:

我国是世界上最大的啤酒生产国和消费国,中国啤酒业在经过80年代33%和90年代前期12%的高增长后,发展成为一种日常的休闲消费性饮料,90年代末到21世纪初的增长率保持在6-7%。

2004年以后,啤酒行业进入新一轮增长周期,产量增长加快。06年,啤酒行业产量达到3495万吨,同比增长15%。07年1-5月,啤酒产量达到1422万吨,同比增长16.4%,增速有所加快。

2006年,全国啤酒行业规模以上企业实现销售收入838.8亿元,同比增长16.37%,增幅比2005年同期降低0.98个百分点。07年1-5月,收入达到360.82亿元,同比增长20.33%,增速同比上升2.68个百分点。

啤酒行业的吨酒价格呈上升态势,但是06年的吨酒价格升幅放缓,07年1-5月,吨酒价格达到2537元,较上年有了较大幅度的提升,显示出行业产品结构升级的趋势。

07年1-5月,啤酒行业收入总额达到360.8亿元,同比增长20.33%;利润总额达到19.65亿元,同比增长41.94%,增速比去年同期高出23.1个百分点。

啤酒行业龙头企业青岛啤酒和燕京啤酒的收入和利润增长率都低于行业水平,显示啤酒行业的竞争仍然较激烈,龙头企业未能在行业整合过程中取得更大的市场。

由于天气干旱,06-07年度澳大利亚大麦产量从上年的990万吨剧减到370万吨,造成国际大麦价格暴涨,啤酒业面临较大的成本上升压力。

乳制品行业:

07年1-5月,全国乳制品行业规模以上企业实现销售收入491.28亿元,同比增长22.45%,增速比去年同期下降4.15个百分点;实现利润总额27.6亿元,同比增长25.35%,增速比去年同期提高1.12个百分点。由于行业竞争激烈,乳制品行业毛利率整体呈下降趋势,但07年1-5月毛利率为22.77%,同比上升0.35个百分点,利润率为5.62%,同比上升0.12个百分点。

肉制品行业:

我国猪肉产量占全球猪肉产量近一半,但熟肉制品产量占肉类总产量比重不到10%,同期发达国家为50%以上,肉制品产销有着广阔的发展空间。

我国的屠宰及肉制品产业非常分散,行业集中度低。猪肉加工4强的加工能力占规模以上企业加工能力不足10%,美国猪肉4强占全国加工能力的50%以上,荷兰猪肉3强占全国74%,丹麦最大企业占全国80%,行业龙头企业在行业整合过程中发展空间巨大。

07年1-5月,全国屠宰及肉制品加工业规模以上企业实现销售收入1247亿元,同比增



长31.18%，增速比去年同期上升7.54个百分点。

行业规模以上企业实现利润总额32.5亿元，同比增长45.5%，高于收入增长，增速高出去年同期17.1个百分点。

屠宰及肉制品加工业原料成本占生产成本比重在70%以上，且下游产品价格存在一定的刚性。肉制品行业的盈利水平受猪肉价格波动影响较大，基本呈负相关趋势。05年下半年到06年上半年，猪肉价格的低位运行为屠宰及肉制品行业提供了较好的发展机遇，毛利率普遍上升，行业利润率也相应提高。06年7月份以来，生猪产品价格保持上涨势头，活猪和猪肉价格均创下历史最高价。屠宰及肉制品加工业盈利水平并未相应下降，反而出现加速上升态势。07年1-5月，行业毛利率为9.39%，同比下降0.28个百分点，而由于规模效应明显，三项费用率同比下降0.82个百分点，行业利润率同比上升0.53个百分点达到3.79%。

报告摘要

优质龙头在震荡中凸显强势

——食品饮料行业策略报告

07年1-5月食品饮料行业及其细分子行业情况

07年1-5月份，食品饮料行业合计实现销售收入9726.96亿元，同比增长29.22%，实现利润总额531.49亿元，同比增长36.34%，快速增长势头不变。同时，整个食品饮料行业的成本上涨压力仍然不减。07年1-5月行业中销售收入增速最快的是农副食品加工业，同比增长30.45%，利润总额增速最快的是饮料制造业，同比增长38.25%。

07年1-5月份细分子行业利润总额的增速排序为：黄酒业、啤酒业、葡萄酒业、饲料业、白酒业、肉制品业、乳制品业、制糖业。

《食品标识标注规定》征求意见稿出台

为了加强对食品标识的监督管理，规范食品标识标注行为，防止质量欺诈，保护企业和消费者合法权益，国家质检总局6月出台了《食品标识标注规定》征求意见稿。

“禁鲜令”再次成为征求意见稿的最大争议之一。我们认为“禁鲜令”在经过那么多年的争论后，也已经慢慢被消化，引起的震撼已早不如前。从另一个角度而言，“禁鲜令”的实施可以在一定程度上推动光明乳业进行业务转型，更好地发挥它在酸奶产品上的优势。

食品饮料行业的优质龙头公司在07年1月下旬纷纷创出历史新高后开始进入调整期，而在二季度A股市场经历了大幅度的震荡，前期因各种炒作概念而引起股价飞涨的公司遭遇寒流，此时，有业绩支撑的食品饮料行业优质龙头公司表现优于大盘，经受住了市场的考验。

(兴业证券)

财富人生

“我和兴业基金”有奖征文选登之十七

一起成长 共同兴业

——我和兴业基金的故事

作者：龚玮

兴业基金，伴随我一路成长

四年前，我是一个刚从大学毕业的小女孩，对未来充满了想象。想过很多与自己有关的职业和生活，惟独没有基金。一次偶然的机，我来到了兴业证券，认识了兴业基金，与之有了交集，开始了我和兴业基金的故事。

三年前，一次行情的推波助澜，基金倍受人们的关注，随之而来的“兴业可转债基金”的热销，使我对基金尤其是可转债基金有了更深层次的了解，工作的业绩也不断增长，我不仅转正，更幸运的作为“二期金牛”前往公司总部学习，在那里如沐春风，感受着兴业人的精彩，领会着兴业文化的精髓，更坚定了我所选择的道路。再加上那年秋天的基金从业考试的通过，兴业基金已逐步融入了我的工作和生活。

两年前，“兴业趋势基金”发行期间，因为销售业绩突出，我有幸被兴业基金公司邀请



去云南旅游,有幸与其他营业部的销售精英们交流心得,进行思想的碰撞。不仅收获了友谊,更使我对基金的认识和营销的思路更深刻、更开阔。

半年前,“兴业全球视野基金”让我和我的客户的收益价值增长,使我们成为了最幸福的一群人。

今天,我在这里,记录下我和兴业基金的故事。那些基金营销和基金服务的故事,那些带着酸的、夹着甜的、掺着苦的记忆的碎片,也因此变得鲜活起来,显得完整而又连续。

兴业基金,改变了我的性格

曾经的我,是个性格内向的女孩,和陌生人说话都会脸红,刚开始接触客户时,不敢主动地去推介基金,有些怯怯的,底气不足,说话声音小,几乎连自己都听不见。后来,正碰上兴业可转债基金的发行,由于是创新品种,我暗暗下定决心一定要掌握其销售要领。当老员工与客户交流时,我在旁边认真倾听,并逐字逐句地记下老员工与客户谈论的话题,以及回答的技巧,然后再尝试与客户沟通,反复练习,总结经验并不时地向老员工请教,这样一来,我的沟通能力有了很大的提高,性格也变得开朗了,爱跟客户交流了,善于跟客户交流了,通过与客户的交流探询出客户的潜在需求。

因为兴业趋势基金,我第一次在工作中哭了。

还记得那是发生在兴业趋势基金成立后的半年,基金净值因为行情的调整而下跌,有位客户因为是首次购买基金,听说亏了,有些不理解,于是在我通过电话跟他汇报净值时,他显得有些激动,一直责怪我,当时的我觉得特别委屈,第一次在工作中失声痛哭,列举了很多为自己辩解的理由,不再继续去做他的工作,几乎决定了放弃这个客户。后来我调整了心态,采取在总部学到的如何跟客户做“心理按摩”的方法来做这个客户的工作,鼓励他长期持有兴业趋势基金,定有收益。现在的他把兴业趋势基金当成了宝贝,赞不绝口,决定坚定地持有下去。

兴业基金,让我交到了很多朋友

我有一位客户老王,以前他连基金是什么都不知道,在我的推荐下他买了1万元的兴业可转债基金,过了几个月,获得了收益。使他渐渐的体会到了投资基金的乐趣,逐步加大了对兴业基金的投资,后来兴业趋势和兴业全球首发时,他每次都积极认购,我根据他的风险承受能力为他制定了兴业基金投资组合计划,最近他又在打听今年兴业的基金什么时候发行。

像老王这样的客户有很多,我每接触一个客户都对其进行细分,根据他们的投资理财需求,对他们的资产作出一定的配置,合理规划,不定期与之交流,让他感觉到我的专业和真诚。这样一来,不仅得到了客户的信任,还和他们成为了朋友。朋友多了,客户自然就多了。用我的细心、耐心和诚心去服务,就能使我和兴业基金很自然地融入客户的事业之中、生活之中、思维之中。

兴业基金,使我与客户财富同步增长

曾经的我,不善理财,每个月都成为名副其实的“月光族”。后来在工作中接触到基金,通过分析和比较,我选择了兴业趋势基金和兴业全球基金进行投资。不仅如此我还将自己的投资经历与客户分享,他们充分的信任我,和我一起投资,一起分享着基金价值投资的乐趣,也使我们的资产同步价值增长。

因为兴业基金,我成长着,坚定着。

每次兴业基金的营销,对我而言都是一次挑战,一次机遇。使我的沟通能力、策划能力、营销能力得到了相应地提高,这些锻炼和经历累积成了一笔笔宝贵的财富,不仅伴随着我成长,更坚定了我所选择的道路。

我和兴业基金的故事还有很多很多,曾经的点滴浮现在眼前,回荡在耳边,他们如同一串散落的珍珠,我想将他们串起,却发现他们已经深深地融入了我的工作、我的生活,已不知不觉地改变了我的人生方向。

今天,我记录着我和兴业基金的故事,一个美好而温暖的故事正在发生……

风险提示:本周刊中的信息均来源于已公开资料,我公司对这些信息的准确性和完整性不做任何担保。在任何情况下本刊物中的信息或所表达的意见并不构成实际投资结果,也不构成任何对投资人的投资建议。在任何情况下,我公司不就本刊物中的任何内容对任何投资做出任何形式的担保。本刊物版权归兴业基金所有,未获得本公司事先书面授权,任何人不得对本刊物内容进行任何形式的发布、复制。如引用、刊发,需注明出处为“兴业基金公司”,且不得对本刊物的任何内容进行有违原意的删节和修改。投资有风险,敬请谨慎选择。