

# 商品基金审批进程有望加速

## 陆续有4只商品基金上报并获得受理

商品期货基金近期迎来了开闸的信号。据证监会最新披露的新基金审批表显示,目前,陆续有4只商品基金上报并获得受理,商品基金审批有明显进展。对此,业内人士均表示,商品期货基金除了可以丰富基金投资者大类资产配置选择之外,在FOF基金即将面世前夕,择机推进商品期货基金进程,也可以丰富FOF基金底层资产配置选择。

青年报见习记者 洪伟

### 商品基金有望破冰

备受市场关注的商品基金近期再出新动向,据证监会最新披露的新基金审批表显示,3月底以来陆续4只商品基金上报并获得受理,这四只基金为——博时有色金属期货交易型开放式指数基金(ETF)、华夏白糖期货联接基金、富国有色金属期货指数(LOF),其中博时有色金属期货交易型开放式指数基金已获得第一次反馈。数据还显示,目前等待批文的此类基金有30只,涉及16家基金公司。

商品期货基金重新开闸使得筹备此事多时的基金公司产品部人士为之振奋。“商品期货基金有新的进展了。”上海一位基金公司产品部人士兴奋地表示。

2014年12月,证监会正式发布《公开募集证券投资基金运作指引第1号——商品期货交易型开放式基金指引》。2015年

7月,第一只商品期货基金——国投瑞银白银期货基金面世,此后基金公司上报的商品期货基金无一获批。

“这类产品此前也没有明确说暂停上报,但从一些环节可以看出迹象。由于基金公司上报商品类基金(基本都是上市交易的基金),需要先获得商品交易所及证券交易所的无异议函,才能上报证监会,无异议函的授权时间明显延长了。”上海某基金公司产品部人士称,“获得商品交易所的无异议函是此类产品上报的难点,商品交易所会衡量某一类品种的市场容量,以及基金公司是否适合运作商品基金等。”

在业内人士看来,2015年A股市场大起大落,加上去年期货市场部分品种行情火爆,使得股指期货及商品期货基金等产品暂时停滞。近期,商品期货基金才得以推进。“目前确实是有新的进展,不过还没有具体获批的情况,还是要等消息。”上述人士表示。



商品期货基金推出初期,市场需求或不会特别大,这个市场还需要慢慢培养。

青年报资料图

### 丰富大类资产配置选择

就目前30只上报的基金来看,华夏、大成、前海开源、海富通、华泰柏瑞等基金公司对商品期货基金布局力度较大,上报的产品较多,类别也非常广泛,标的涵盖了黄金、白银、铁矿石、农产品、铜、饲料豆粕、白糖等多个类别。

业内人士认为,商品基金的推出可以完善基金公司产品线。目前,股市、债市震荡,资产配置需求愈发旺盛,尤其是基金中基金(FOF)蓄势待发,也激发了不少大中型基金公司的热

情。在资产荒的大背景下,商品作为一种独特的资产类别,既可以作为配置型资产供FOF纳入投资标的,也可能成为专业机构投资者配置篮子的一个重要组成部分。

数据显示,2016年传统股票基金(含指数基金)、混合基金和债券基金平均收益分别为-11.88%、-9.07%和0.02%;在大宗商品市场上,建行商品指数年内开于896.06,收于1557.77,涨幅达72.18%。各板块普遍上涨,煤炭、钢矿板块全年上涨123.45%,成为推动指数上涨的主要动力;

有色板块上涨28.16%,农产品板块上涨17.33%,贵金属板块上涨18.16%。

不过,基金业人士并不着眼于商品期货基金短期市场前景。“国投瑞银白银期货基金目前规模6个多亿,规模并不是特别大,相比其他商品,白银已经是大家比较熟悉的品种,因此,商品期货基金推出初期,市场需求或不会特别大,这个市场还需要慢慢培养。例如黄金ETF过往几年规模都很小,去年在行情配合下才迎来规模业绩双丰收。”上述上海基金公司产品部人士称。



国内在线音乐市场版权之争将告一段落。青年报资料图 记者 吴恺 摄

青年报见习记者 洪伟

本报讯 在线音乐的江湖似乎在重现当年网络视频竞争的老路。网络视频当年从盗版、正版到群雄抢版权,最后形成行业几大巨头的稳定格局。近日,腾讯音乐娱乐集团宣布与环球音乐集团签订了中国大陆地区数字版权分销战略合作协议。这样一来,腾讯音乐把三大唱片公司的版权都收入了囊中。而随着版权大战的临近结束,行业竞争格局也逐渐显现出以腾讯音乐为“一超”,太和音乐(旗下有百度音乐)、阿里音乐和网易云音乐为“多强”的新格局。

### 腾讯集齐三大公司版权

根据协议,腾讯音乐获得环

球音乐曲库内容和旗下歌手资源的运营、推广、开发等权益。腾讯音乐成为了环球音乐在中国大陆地区分销业务的独家合作伙伴。腾讯音乐在3月已经获得了环球音乐出版公司的词曲独代权,此次购得的是环球唱片的母带录制权后,把环球音乐的版权都握在了手里。2014年,腾讯音乐与华纳音乐获得华纳音乐版权,两年后获得了索尼的版权。至此,腾讯音乐已经集齐了环球、索尼和华纳三大音乐公司的独家版权。

据报道,腾讯音乐、旗下拥有百度音乐的太和音乐、阿里音乐和网易云音乐都参加了到环球音乐版权的争夺中。授权费一路高涨,从最初的四三千万美元到了最激烈时的3.5亿美元现金加1亿美元股权。腾讯能够脱

## 在线音乐版权争夺战落幕 市场已形成“一超”与“多强”格局

颖而出,并不在于它的出价。它联合了欧洲一个家族财团与环球音乐母公司、法国维旺迪提出战略投资邀请,因此得以在这场争夺中成为了胜者。

索尼、环球与华纳,作为唱片行业的三巨头,占据了全球80%以上的唱片市场份额,如今环球继索尼、华纳之后与腾讯音乐签署独家版权合作,意味着国内在线音乐市场的独家版权之争将告一段落。

### “一超”与“多强”格局形成

随着版权之战的尘埃落定,似乎国内在线音乐行业已经容不下其他的小玩家了。腾讯音乐旗下的三大品牌QQ音乐、酷狗音乐和酷我音乐拥有月度活跃用户6亿,超过1500万订阅用户,并且手握三大唱片公司的版权,成为名副其实的“一超”。百度音乐拥有注册用户4亿,网易云音乐用户刚突破3亿。阿里音乐虽然没有公布用户数,但在当年合并天天动听和虾米音乐时,也称占据着市场21.9%的市场份额。这三大家也就成为了“多强”。

尽管“独吞”了全球三大唱片公司,腾讯音乐并未完成对在线音乐市场的收割,各巨头之间仍会采

用各种方式进行差异化竞争。

在签订独家合作协议之前,腾讯一直都拥有环球音乐的版权,只不过以前各大在线音乐平台直接向环球购买版权,以后要转向腾讯购买转授权。也就是说,腾讯的曲库数量并没有本质上的增加,网易云音乐、阿里音乐等也可以通过转授的形式保证既有的曲库规模。此外,无论是网易云音乐、太和音乐还是阿里音乐,本身就有着一定的独家版权,未来国内的在线音乐平台或许会朝差异化、个性化的方向发展。

在独家版权上优势不明显的玩家势必会尝试进行差异化竞争,比如独立音乐人扶持、数字专辑、线下演出等。不久前,国内最大的互联网演出票务平台大麦网并入阿里文娱,深耕线下演出已经是阿里音乐的既定玩法之一。

网易云音乐此前完成了7.5亿元的A轮融资,SMG和芒果文娱等“国家队”投资者名列其中,就目前来说,彼此已经在音乐综艺和IP打造方面进行了深度合作,线下演出或将成为合作的又一重心。

除此之外,其他几个巨头又在版权争夺之外,开始争夺独立音乐人这一块资源。网易云音

乐凭借培养独立音乐人的“石头计划”,入驻了超过4万的独立音乐人;虾米音乐也刚刚启动了“寻光计划”第二季,面向全国招募独立音乐人;此外还有太合音乐的“T制造”等等。

### 音乐人和消费者最受益

随着在线音乐正版化的完成,最受益的除了音乐人外,还属消费者了。这点从网络视频的发展就可看出一二,随着国内正版视频的普及,国内的电视剧的制作水准也迅速提高。从宫斗剧《甄嬛传》到近日的反腐剧《人民的名义》,都远远超出了观众的预期,固然这和创作人员的努力分不开,但是行业充分竞争后的,将利润输送给上游制作,也是重要的一点。

而在PC时代的国内音乐界,却呈现出一片萧条。由于没有利润,没有收入,音乐人都不见了,国内消费者可听的主要还是一些老歌。但是随着版权的正版化,付费用户的慢慢增加,利润将慢慢流向唱片公司、制作人、音乐人。音乐市场整个产业链的健康发展也就能使我们听到更多的好歌、欣赏到更多好的音乐会,甚至更多好的周边衍生品。