

浙商大数据智选消费基金经理查晓磊：利用多维度数据源挖掘不同信息

原文：2017.4.5 证券时报网《大数据基金一季度业绩分化明显》/作者：储泽

“最好的投资机会是从电商类数据中挖掘基本面已出现改善，但在舆情类数据中并没有体现出来的认知差中寻找获利的机会。”

——浙商大数据智选消费基金经理查晓磊

据统计，截至3月底，一季度21只大数据基金的平均收益率为1.21%，其中，跑赢沪深300的有15只，业绩最好的基金一季度收益率达7.49%，但也有一些大数据基金亏损5%以上。

浙商大数据智选消费混合的基金经理查晓磊表示，大数据基金业绩分化主要是因为两点内在因素：一是大数据基金依赖的数据源不尽相同，“新闻类数据源代表着市场舆情的变化，来源于金融资讯终端、网站的财经数据则反映了个人及机构投资者情绪的改变，来自于互联网电商的大数据则从供给的角度反射出基本面的转变。”二是由于大数据以一种量化单因子的形式存在，所以因子的不同使用方式和权重的配比都会一定程度地影响结果。

好买基金研究中心投资总监曾令华也表示，大数据基金可以认为是一种量化单因子基金。在现今市场环境下，基于多因子的量化基金越来越受追捧。该如何看待大数据基金的单因子基金特征？曾令华认为，大数据基金主要是一种概念型基金，更多是作为一种情绪性指标，在投资者情绪高涨的时候业绩会有所走强，但业绩波动性可能也会较大。

还有一位基金分析人士表示，大数据基金因其单因子特征，容易造成业绩大波动，因此，现在的量化产品一般都采用多因子结合的方式，这样的好处在于能够通过各因子直接结合来避免因子过于单一而产生的偏差。

查晓磊认为，一些后发的大数据基金倾向于利用多个维度的数据源挖掘不同的信息。

他认为，最好的投资机会是从电商类数据中挖掘基本面已出现改善，但在舆情类数据中并没有体现出来的认知差中寻找获利的机会。他认为，大数据的手段是对量化的重要补充，新增的数据源会使得量化分析更加有效率。

市场有风险，基金投资需谨慎