

新基发行遇冷 中金基金又“滞销”

新品不断 募集情况却遇冷

在此前爆款基金频出的背景下,有不少基金公司希望借此机会分得市场红利的一杯羹。近日,中金基金旗下中金成长精选混合型证券投资基金(以下简称“中金成长精选混合”)正式开售。份额发售公告显示,该产品的募集期为2021年3月2日-16日。据悉,中金成长精选混合由中金基金副总经理、基金经理邱延冰任“掌舵人”。

值得一提的是,这是邱延冰在年内发行的第三只新品,此前由其担纲的中金丰盈混合、中金丰盛混合均于2020年11月发行募集并在2021年2月结束,但由于上述两只产品募集期限届满均未达到基金合同约定的备案条件,以致基金合同不能生效。

据中金丰盈混合、中金丰盛混合的份额发售公告显示,当基金募集期限届满时,在基金募集份额总额不少于2亿份、基金募集金额不少于2亿元且基金认购人数不少于200人的条件下,达到基金备案条件。若基金募集期限届满,未达到基金备案条件的,则募集失败。

对于上述两只产品募集失败的具体原因,北京商报记者联系中金基金,但截至发稿前,尚未收到相关回复。

在财经评论员郭施亮看来,上述产品募集失败或与近期市场环境有关。2月以来,市场回调明显,一定程度上打击了投资者的投资热情。同时,公募产品同质化严重的现象存在,市场上的基金产品供过于求,也可能是导致部分新发基金募集失败的因素。此外,新基金募集失败也和基金经理有一定关系,由于当前基民购买基金前都比较看重基金经理的资产配置能力以及业绩,没有明星基金经理光环的衬托,则可能导致新品发行不太顺利。

公开资料显示,邱延冰历任国家外汇管理局中央外汇业务中心战略研究处处长;丝路基金有限责任公司投资决策委员会委员、研究部副总监(主持工作);和泰人寿保险股份有限公司总经理助理(兼资产管理部总经理)、董事会秘书。邱延冰自2020年1月加入中金基金,并自同年6月起任公司副总经理一职,7月起任基金经理,至今已8个月有余。

公开数据显示,邱延冰目前在管产品共9只(份额分开计算),截至3月3日,邱延冰任期最佳回报23.28%,为中金基金量化精选混合发起式A。另据Wind数据显示,近一年,该产品的收益率为54.4%,小幅跑赢同类平均4.66个百分点;但从该产品近三年业绩来看,则跑输同类平均27.18个百分点。

业绩平平 产品规模迷你

接连两只新品“栽跟头”,或与基金经理公募基金管理经验不足有关,但值得注意的是,中金基金旗下多数产品业绩表现并不突出,部分产品更是规模“缩水”

常言道,“背靠大树好乘凉”,但有一家券商系公募并没有因为其母公司“投行贵族”的身份而前路无阻。据悉,由中金公司全资控股,成立于2014年的中金基金,今年以来已两次在基金发行上“栽跟头”,且当前仍有新品持续发行。值得一提的是,北京商报记者注意到,虽然近年来中金基金整体规模稳步上升,但产品业绩则表现平平,更有几只基金规模迷你化。此外,成立仅七年,该公司的董事长人选已先后变动4次,高管团队也多次变更人选。在业内人士看来,公司或计划从改变管理团队来改善产品业绩不佳等不利局面,但目前来看,该举措未必能奏效。



高管变更频频

姓名	职位	任职时间	离任原因
钱汝象	董事长	2014.2.10-9.17	工作岗位更换
林寿康	董事长	2014.9.17-2018.10.18	工作变动及家庭原因
孙菁	代董事长	2018.10.18-2019.1.18	-
	总经理	2015.12.31至今	-
楚钢	董事长	2019.1.18-2020.12.23	工作安排
胡长生	董事长	2020.12.23至今	-

殷志浩	总经理	2014.2.10-6.18	个人原因
阎睿	总经理	2014.6.18-2015.12.31	个人原因

(信息来源:Wind及公告)

成为迷你基。

最新数据显示,截至2020年四季度末,中金基金的非货币资产净值合计329.94亿元,在全市场143家基金管理人中排第66名。同时,近三年数据也显示,中金基金的非货币规模稳步增长。回顾过往,2018年其非货币规模仅为61.75亿元,在131家公司中排名第82;2019年则提升至132.92亿元,在140家公司中排名第77。

北京商报记者注意到,虽然产品整体规模不断增长,但中金基金旗下多数产品却呈现迷你化。Wind数据显示,截至2020年末,在中金基金旗下数据可取得的37只(份额合并计算)基金中,有30只产品最新规模不足10亿元,另有9只产品最新规模低于5000万元“清盘线”,此外更有超四成产品最新规模较发行规模“缩水”。

除规模迷你外,中金基金旗下大部分产品的收益率也表现平平。截至3月3日,中金基金旗下26只(份额分开计算,下同)主动权益类基金中仅6只近一年收益率跑赢同类平均,其中,中金消费升级股票的收益率最高,为75.2%,跑赢同类平均24.42个百分点。拉长时间至近三年来看,则有2只基金跑赢同类平均。

而从产品规模角度来看,作为当前中金基金旗下“主力军”的债券型基金占比非货币基金总规模超七成以上,但部分债券型基金的业绩表现也并不突出。近一年数据显示,中金基金旗下21只债券型基金中仅6只产品的收益率跑赢同类平均;近三年,旗下4只债基均未跑赢同类平均。

某公募高管表示,一家基金公司的产品业绩表现

不突出,和投研团队有一定关系,公司需要投入更多的资源去配置更优秀的投研人员及市场销售人员,并在业务方面给予适当的支持。

郭施亮也提到,在上述背景下,公司的当务之急是发掘明星基金经理或者通过人才储备的方式进行一定的人才培养。此外,也可以通过股权激励等方式,吸引优秀人才的加盟并刺激基金经理的投资管理能力提升。

人事更迭频繁 出路何在

除新品发行失败、产品业绩平平外,北京商报记者

北京商报记者 孟凡霞 李海媛

开展“五进”活动 邮储北京分行将金融知识送进千家万户

邮储银行北京分行认真贯彻党的十九大、中央经济工作会议、全国金融工作会议精神,结合今年新冠肺炎疫情防控要求,牢固树立“金融便民、金融利民、金融惠民”的理念,践行“人民邮政为人民”的初心理念,通过开展“五进”(进校园、进社区、进乡村、进企业、进商圈)活动,将金融知识送到了广大金融消费者的工作和生活中,真正实现了送金融知识进千家万户。

校园宣传不停歇 制作“开学第一课”

疫情防控期间,为更好地维护金融消费者权益,服务社会民生,邮储银行北京分行针对不同群体的金融知识需求与金融知识薄弱环节,展开有针对性的线上金融消保宣传,积极传递正能量。

正值暑假期间,为了提升广大中小学生的金融知识水平和风险防范能力,让学生们一开学就能享受到金融基础知识“盛宴”,邮储银行北京分行提前筹备、主动作为,结合多种媒介和宣传平台,创新打造“金融知识大讲堂之开学第一课”系列课程。其中,北京分行制作了《货币的起源与功能》通过实体绘本和动画三部曲的形式,线上、线下相结合,向中小学生学习货币的发展历史、五大功能和使用技巧,力争“教好一个孩子,保护一个家庭”。此外,北京分行积极落实中国人民银行营业管理部、北京银保监局“送金融知识进校园”活动,参与“金融伴我成长”等进校园课程建设,广泛开展金融知识宣传,充分履行社会责任。

新冠肺炎疫情暴发以来,北京分行积极探索“无接触”金融知识触达模式,采取制作微信图文、绘制漫画、趣味问答、普惠金融问卷调查等丰富多彩的形式,重点打造“金融知识大讲堂”系列科普课程。2020年至2021年2月,北京分行发布了《一起来了解货币的起源和功能》《保护个人信息,警惕刷单骗局》《如何保护自己的个人信息》等篇章,以通俗易懂的语言讲述了个人信息安全保护、支付安全、合理理财等内容,累计推送图文信息26篇,阅读量达10.8万余次,累计转发1.3万余次,提高消费者风险意识和自我保护能力,有效助力消费者保护工作开展。

“在做好自身防疫工作的同时,邮储银行北京分行将积极承担金融知识普及和金融消费者教育的主体责任,提高金融消费者对金融产品和服务的认知能力,提升金融消费者的金融素养和城市守信意识,为着力打造诚信安全、健康和谐的社会金融环境发挥积极作用。”

用。”邮储银行北京分行相关负责人表示。

金融知识送上门 开展社区公益宣传活动

邮储银行北京分行落实北京市打击非法集资工作领导小组和北京银保监局要求,开展以“守住钱袋子·护好幸福家”为主题的防范非法集资专题公益宣传活动。北京分行组织辖内石景山区支行、海淀区支行、丰台区支行,协同北京秉正银行业消费者权益保护中心、石景山区金融办,来到石景山八角里社区、石景山区鲁谷社区、石景山区古城街道燕提南路社区等4个社区开展防范非法集资宣传讲座。活动不仅为社区居民带来了金融知识,营造了良好的打击防范非法集资氛围,让群众更深刻地意识到非法集资的不良影响和对个人资金损失的严重后果,并赠送了宣传手册、折页、笔、帆布袋等宣传资料和生活用品,在为居民带来便利的同时,将金融知识宣传工作渗透进社区居民的日常生活。

据了解,北京分行统筹开展金融知识宣传教育工作,每年印发《北京分行金融知识普及与金融消费者教育工作计划》,2020年至2021年2月先后组织开展守住“钱袋子”、普及金融知识万里行、金融知识普及月等5个主题宣教活动。累计开展集中宣教活动2327次,发放宣传材料15.4万余份,受众人数共计114.5万余人次,切实将金融知识传递到金融消费者手中,让金融消费更温暖。

未来,邮储银行北京分行将持续推动消保工作“质效提升计划”,加强对金融消费者保护工作的研究,密切关注新时代金融消费者保护工作面临的问题,通过全面对标对表,完善体制机制建设,增强事前预防能力,规范经营行为,创新宣传教育,抓好“最后一公里”,补短板、优机制、固根基、争上游,促进金融知识宣传教育工作,持续推动业务经营与消费者保护协调发展,打造邮储银行特色消保工作品牌,争做金融消费者权益保护领域的“先行军”和“冲锋队”。

年终奖怎么用? 中信银行“十分精选”成口碑之选

眼下如何支配年终奖成了小伙伴们关注的热点。为积极响应国家号召,为疫情防控工作尽自己的一份力,越来越多的人选择“就地过年”,旅行、返乡开支明显下降;选择好的投资渠道,使年终奖保值增值,成为大多数小伙伴的首选。

Wind数据显示,2020年上证综指涨1387%,A股涨幅中位数为2.79%;而普通股票型基金指数上涨55%,主动权益基金收益中位数为4708%。这是继2019年股票型基金平均上涨40%之后的又一年大涨。

2020年是全民基金投资大时代,进入2021年,基金涨势不改;“炒股不如买基金”已成共识。但对于个人投资者来说,“买基金易,选基金难”也是普遍难题。因此,“定制化”和“专业化”的基金投顾服务至关重要。

近年来,基金公司、第三方理财机构、银行和券商相继推出基金投顾服务,根据客户的财务状况和理财需求,为客户量身定制专属投资账户,拟定资产配置方案,构建基金组合,根据市场的变化持续动态跟踪和调整,帮助客户获得良好的长期收益。

去年9月,中金财富推出了公募基金投资顾问服务“A+基金投顾”,在投资前、投资中、投资后与客户保持沟通,提供投顾服务,基金投资已趋向垂直化的长线服务。券商相继成立财富管理专业团队,抢滩基金投顾业务,如中信建投推出“蜻蜓管家”投顾产品,涵盖四大系列的6个策略。中信银行推出基金投顾服务平台,并联合华夏财富率先上线基金投顾服务……各家机构在财富管理的整体布局下,依靠专业、长期服务赢得客户认可。

在众多的基金服务中,中信银行“十分精选”表现突出,成为客户中的口碑品牌。“十分精选”依托银行

专业投研团队,跟踪并精选一批优秀的基金管理人,致力于帮助客户防范风险的同时获取稳定收益。其比较科学的一个举措是,坚持每季度精选十余只基金推荐,定期对推荐的基金进行检视与回顾,对持续稳定基金,建议客户长期持有,对个别基金产品进行优化,指导投资者动态调仓,在防范风险的基础上获取稳定收益。

“十分精选”以一站式的专业服务,帮助客户实现理财目标,获得客户肯定和信赖。数据显示,截至2020年12月31日,中信银行持续营销的“十分精选”权益类基金平均年化收益率63.56%,持续营销的十分精选固收+型基金平均年化收益率14.16%;而2020年首发的基金,固收类基金平均绝对收益率6.65%,权益类基金平均绝对收益率34.26%;“十分精选”首发基金全部实现正收益,跑赢市场。

截至2021年1月27日,中信银行当年已完成325亿元非货币基金销售规模,是上年同期的2.64倍,其中两只明星基金单只销量均超过100亿。

业内专家表示,随着人均GDP突破1万美元,中等收入群体显著扩大,我国进入财富管理大时代。对投资者来说,如何选择既善于风控又善于进攻的基金经理,成为一门重要的学问。在此过程中,选择专业的基金投顾机构、选择广大投资者的口碑之选“十分精选”,有效避开投资误区,是一个比较稳健的做法。

