

# “全天候、多策略”驱动 嘉实基金公募产品实现利润超1600亿元

一个人做投资,思想会存在局限性,因此可持续会相对较弱。但在嘉实,超过300名专业的投研人员汇聚于此,形成了一套组织体系和生态,并且不断升级优化,这使得业绩创造具备了可持续性。根据银河证券数据,自成立以来至2019年上半年末,嘉实基金旗下公募产品累计为投资者实现利润1602.27亿元,位居行业前列。

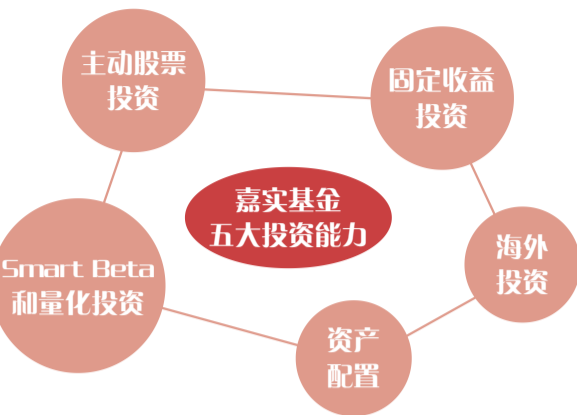
## 业绩只是表征 本质是一套不断优化的体系

业绩只是表现,本质上是建立了一套成熟的投研体系。嘉实基金也是最早系统进行投研布局的基金公司之一。早在成立之初,基于对研究驱动投资的深刻认知,嘉实基金就开始前瞻性地进行了投研体系布局,更强调依靠专业投研人员对市场的深度理解和研究来进行投资管理。这是嘉实基金投研体系的1.0版本,也被认为是国内最早落地研究驱动投资理念的基金公司代表。

仅用7年时间,嘉实基金就从成立时管理规模还排在“老十家”末尾的小公司,成长为行业内的领先公司。2006年12月,国内诞生第一家管理规模超千亿元的基金公司正是嘉实基金。

一家企业要想不断前进,必须具备不断演化升级的能力,嘉实基金一直坚持进行投研体系的迭代与升级,以更好地在复杂市场中为投资人争取超额回报。

2009年,嘉实基金对其投研体系进行了全面升级,提出“全天候、多策略”投研业务模式。其中,“全天候”要求应对不同的市场环境,力争在各种环境下都能达成既定的投资目标;“多策略”则极大丰富了投研宽度与深度。嘉实将风格相近的基金经理组成策略小组,并匹配合适的基金产品。这一投研业务模式的搭建,也使嘉实基金为此后不断满足客户多元化投资策略需求做好了准备。



略需求做好了准备。

当然,嘉实基金投研体系的升级从未停止。截至目前,嘉实基金“全天候、多策略”投研体系已经迭代升级至3.0版本,新模式下投资风格更加清晰,也更加关注投研过程和配套的考核机制。

目前,嘉实已经形成了一个包括超过25个专业投研策略组、逾300位专业投研人员在内的投研团队,积累了不同思想的投研人员与策略组在这艘投研大船上从多个角度观察同一事物,进而凝练出客观、多元化的投资思想。

## 深耕五大赛道 满足多元化投资需求

嘉实泰和,嘉实基金最“资深”的公募产品,为投资人实现长期收益的一个经典案例——成立20年来,该产品累计创造回报26倍。

嘉实泰和的“前身”为基金泰和,是成立于1999年4月8日的一只封闭式基金。15年封闭期内,基金泰和累计净值增长率高达926.78%。当传统封闭基金使命完成后,基金泰和优异的业绩基因仍在延续。Wind

数据显示,自2014年4月4日转为开放式基金起至2019年7月26日,其累计收益率为169%。两个阶段综合起来,嘉实泰和累计创造回报26倍。

除了嘉实泰和,嘉实还有一系列产品均能充分说明其优秀投资能力。根据Wind数据,截至2019年7月26日,嘉实增长成立以来累计收益率达1463.9%,不仅是市场上少有的10倍牛基,更是将成长投资方法论诠释得最好的一只基金产品。再如近两年蝉联金牛基金奖的嘉实优化红利,则将GARP思想在A股市场上完美演绎,成立7年来年化收益率达17.5%,并被晨星基金评为三年期、五年期五星基金。

其实,除了主动股票投资,嘉实基金各个投资赛道均有出色表现。以年初以来至7月26日为统计区间,根据Wind数据,被动投资方面,嘉实沪深300ETF、嘉实深证基本面120ETF、嘉实富时A50ETF、嘉实中证金融地产ETF等指数基金年内都取得了近30%的业绩表现,均位居同类基金前四分之一。固定收益方面,中证综合债指数年内涨幅仅为2.3%左右,而嘉实稳固收益、嘉实多元收益等多只债券基金今年以来回报率都超过4.7%;在今年5月海通证券公布的最新一期基金评级中,嘉实基金更是唯一一家债券投资能力获得五星评级的“老十家”基金公司。在海外投资方面,嘉实美国成长、嘉实全球互联网、嘉实全球房地产等今年以来净值增长率均超过20%。

当下,面对机构投资者专业化和零售投资者机构化等一系列新的变化,嘉实基金也已经开始更前沿的探索,逐步实现投研工业化。面对中国这样一个非有效市场,主动管理和深度研究是应对非有效市场的两个核心手段,而深度的基本面研究驱动投资则是从“人”向“逻辑”的沉淀和转化,并通过投研工业化来打造可持续、稳健的业绩。”嘉实基金总经理经雷说。

# 2018财年收入207亿 旺旺加速海外布局

2018财年(2018年4月1日至2019年3月31日),旺旺三大类产品及各分销管道均表现良好,旺旺明星产品与特色新品等创新型产品再创佳绩,差异化产品策略广受市场肯定,营收超207.1亿元人民币。在良好业绩的基础上,旺旺开始谋求在“一带一路”沿线国家寻找海外商机,加速海外市场的布局与投入。

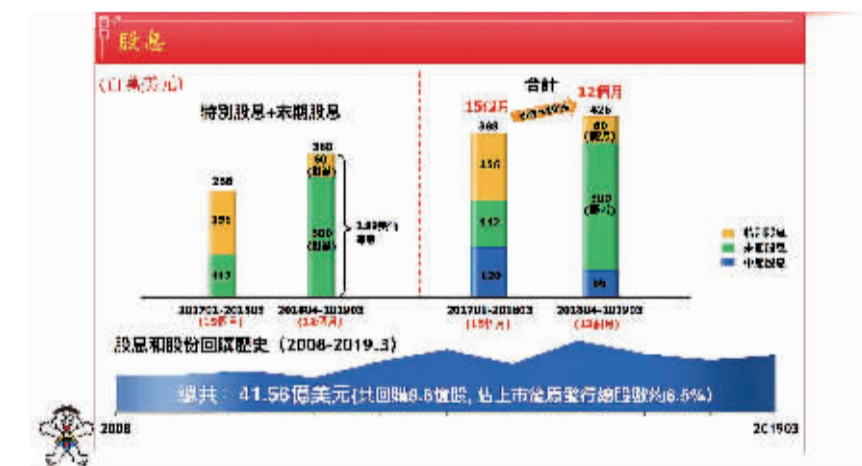
## 营收207亿元人民币

财报显示,旺旺三大类产品表现良好。2018财年,旺旺实现营收207.1亿元人民币,同比增长2.8%;净利润34.8亿元人民币,同比增长11.6%。新增披露营运利润(剔除其他收入与收益净额)约40.8亿元人民币,同比上升16.8%。

由于取得了良好的业绩,旺旺向股东持续派息。2018财年12个月拟派息额超2017财年15个月总额。

财报显示,旺旺2018财年12个月拟派股息总额超4.2亿美元,较去年披露15个月仍多10%。从2008年上市至2019年3月,旺旺持续通过股息及回购股份方式返还股东现金,共计41.56亿美元,累计派息率超7成。

业绩良好主要得益于产品毛利率的提升。对比2017财年至2018财年,旺旺米果类、乳饮类及休闲食品类毛利



率均有不错表现。毛利率整体提升了2.7个百分点,达到了45.4%。米果类毛利率由39.1%升至43.2%;乳饮类由45.2%升至47.1%;休闲食品类由42.4%升至44.7%。因业绩、毛利率成长,及对运营费用的有效管控,营运利润(剔除其他收入与其他收益净额)及净利润方面成绩良好,呈双位数增长。

## 管道多元布局

再好的产品也需要良好的通路实现企业和消费者的触达。旺旺采取了多品牌的营销策略,以发展多元化的渠道通路,并拓展不同的目标消费群体。2018财年旺旺三大品类:米果类、乳饮类、休闲食品类及各个分销渠道

表现均可圈可点。

明星产品呈现佳绩,创新型新品贡献可观。2018财年米果类收益58.1亿元人民币,较2017财年成长3.9%;乳饮类收益97.3亿元人民币,同比增长1.6%;休闲类食品同比增长3.5%,实现收益51.0亿元人民币。

旺旺现有的明星产品如仙贝、雪饼、QQ糖、小小酥等在2018财年均创造了历史业绩新高;2016年至2018年所推特色新品冻痴、嫩布丁、邦德咖啡等十分受欢迎,在2018财年业绩中表现相当亮丽。

旺旺相关负责人表示,当前,旺旺新兴渠道发展势头良好,其中电商运营已初具规模,未来会增加对

母婴、OEM、冷链及自动贩卖机等新渠道模式的资源投入,培养未来成长潜力。

## 发力“一带一路”

2019财年,旺旺将继续产品差异化,针对细分市场及人群推出新品,如优化睡眠饮品、针对奶茶爱好人群的邦德茶奶等。在海外布局上,旺旺将重点关注“一带一路”沿线国家。

旺旺集团副董事长胡志强曾在第21届京台科技论坛峰会上表示,科技、金融和经济,都是当前发展须紧紧抓住的重点。北京市政府很有远见,能够以科技为切入点推动两岸合作。

旺旺在中国食品行业的专业形象与经营绩效,备受肯定,曾连续五年获得象征着中国食品行业最高荣誉奖项之一的“中国食品健康七星奖”。同时,旺旺近年还接连获得“消费者最喜爱食品品牌”等专业荣誉。

旺旺食品企业的专业形象备受肯定,其明星级产品近年也屡获专业机构评选的大奖,包括:中国乳制品工业协会颁发的“中国乳业领军企业奖”、“中国乳业质量管理优秀奖”、年轮蛋糕获得中国食科技技术学会颁发的“产品创新奖”、田舍米烧则荣获全球食品饮料创新大会颁发的“新消费创新产品奖”等等。