

爆款频出背后 16家基金颗粒无收

二季度以来A股市场的走俏,令公募权益类基金的爆款热潮再度来袭,亿元首募规模频繁出现,部分基金公司不得不通过提前结募、比例配售等方式限制发行规模。然而,一边是火焰,一边是海水。绩优基金公司爆款不断的同时,也有16家基金管理人年初至今“颗粒无收”,且多为中小型机构或成立时间较短的次新基金公司。在业内人士看来,马太效应凸显的当下,部分中小型基金管理人发行难已成不争的事实。立足眼前,大力发展投研实力和打造自身特色则是当务之急。

爆款不断背后 16家基金“一基未发”

自7月以来,A股市场投资热情火爆,就最近一周的数据而言,上证综指最高站上3400点,创业板指数单日最高涨幅近4%,更是创下近五年新高。同时,两市成交量也屡创新高。虽然近3个交易日回调,但成交额仍居高位。截至7月16日收盘,上证综指、深证成指、创业板指本月涨幅分别为7.55%、8.37%、8.53%,年内涨幅也高达5.24%、24.6%和47.17%。

在股市走势上扬、各大指数持续飙升的背景下,市场利好也引发基金购买热潮,更有“日光基”频频出现。7月15日,鹏华新兴成长混合、平安研究睿选混合等4只权益类基金先后宣布提前结束募集,据渠道人士透露,部分产品实际募集规模已超200亿元。在此之前,7月6日和7月8日,汇添富中盘价值精选混合以及鹏华匠心精选混合更是一日吸引1700亿元和1300亿元入场认购,市场火热背景下权益类基金受追捧程度之高由此可见。

在众多投资者仍持有“追涨杀跌”心态的同时,行情走俏下新发基金“事半功倍”也成为公募行业的共识,一时间,众多基金公司开足马力,开始为后市布局补充“弹药”。本月来新发基金不断,权益类基金发行数量也不断上涨。然而,在新发基金、爆款产品不断的背后,也有多家基金管理人年内至今尚未发布新品,在“牛市”背景下“颗粒无收”。据Wind数据显示,今年以来,截至7月16日,旗下已有产品运作的142家基金管理人中,有16家暂未有基金产品成立或正在发行。

就具体名单来看,既包括渤海汇金资管、国开泰富基金、国都证券等券商系基金管理人,也包括益民基金、天治基金、长安基金等信托系基金管理人。另外,中庚基金、恒越基金、弘毅远方基金等个人系和私募系的基金管理人同样在列。整体而言,不难看出,16家基金管理人多为中小型基金管理人,或是成立时间较短的次新基金公司。

以上述部分公司为例,Wind数据显

示,渤海汇金资管成立于2016年,目前旗下运作的共5只基金,存续产品中最新的一只成立于2018年7月,截至今年一季度末累计规模约为1.42亿元。

因明星基金经理丘栋荣加入而备受关注的中庚基金于2018年获批,目前共管理3只基金,截至今年一季度末,管理规模共计73.1亿元。最新的产品为2019年7月成立的中庚价值灵动灵活配置混合。

另外,由于专户业务风控缺失造成重大风险事件,2017年新沃基金一度被暂停公募基金注册受理6个月。此次受罚后,新沃基金至今未有新品成立,就旗下产品的成立日期而言,最新一只尚停留在2016年底,也就是说,新品布局已搁置了三年有余。

视持续营销为重点 下半年规划已明确

那么,年内“颗粒无收”背后,这些基金管理人有着怎样的考虑?未来又是否有新增的发行计划呢?对此,北京商报记者采访多家基金管理人了解到,部分机构目前将存量产品的持续营销作为重点,短期不会加快申报或成立新产品,也有管理人表示,明确了发行计划,后期就会正式披露产品公告。

长安基金表示,今年上半年,公司的主要精力分配在对存量产品的持续营销工作上,经过过去几年在各渠道的积累,有一批忠实客户认可公司“追求绝对收益”的理念,旗下存量产品在客户群体中也形成了不错的口碑。今年下半年,随着市场情绪的回暖,公司也有安排偏股型基金的产品。目前我们已有一些批文,正在与主渠道积极沟通、协调排期,计划在三、四季度陆续安排新基金的发行。”长安基金相关负责人如是说。

某次新基金公司内部人士则在接受北京商报记者采访时坦言,2020年大概率没有发行计划。该内部人士表示,公司的定位是深耕价值,且只做价值投资,产品布局是走“少而精”的路线,不会因为市场火热急于发产品扩大规模,一切的出发点

年内尚未有产品成立或发行的基金管理人一览



数据来源:Wind(截至2020年7月16日)

基金管理人简称	最新一只产品的成立时间(以主代码为准)
弘毅远方基金	2019年12月
天治基金	2019年11月
金鹰基金	2019年8月
先锋基金	2019年8月
长安基金	2019年7月
中庚基金	2019年7月
金元顺安基金	2019年6月
恒越基金	2019年4月
东吴基金	2018年12月
国开泰富基金	2018年12月
渤海汇金资管	2018年7月
泰信基金	2018年5月
国都证券	2018年5月
益民基金	2018年4月
江信基金	2017年8月
新沃基金	2016年12月

都是以客户真实需求为目标,希望把现有的存量产品做好、做扎实,才能满足客户的真实需求。

另外,沪上一家已成立近五年的小型基金公司内部人士透露,针对目前市场行情较好的情况,公司正在准备发行新的权益类产品,另外在指数类与量化等产品类型也有所储备,争取尽快布全产品线。在行情震荡向上的趋势下,公司将通过把握市场节奏,借助有力的营销渠道,努力推动整体规模由小到大的稳步增长。

“但其实当前基金公司想要发行一只新基金并不容易。”南方某公募资深从业者感叹道:“基金公司在挑选代销渠道的同时,渠道也在挑选基金公司,衡量发行的难易程度、推销产品时可供挖掘的亮点,还有就是最现实的——代销的报酬如何,这一点是全行业机构都必须面对的,大型公募如此,中小型公募更是如此。”

南方某中型公募基金公司内部人士表示,当前新基金发行的主要合作机构仍为商业银行,基金产品的发行计划需与销售渠道确定产品要素和发行档期,同时公募基金的成立仍有2亿元的下限要求。因此在获取销售规模的驱动下,顺周期布局仍为当前产品发行的主要思路。若管理人希望进行逆周期布局,往往关注度寥寥,甚至需要以发起形式成立,前期也需要经历较长的沉寂期。内外部因素使得市场跟风现象仍然存在。

中小机构受限多 发行难现状待解

正如上述公募从业者所说,除了基金公司自身的发行计划外,随着公募基金市场发展逐步走向成熟,大型公募在产品新发以及各个方面的优势持续扩大,中小型机构在渠道和资源方面的拓展空间则受到挤压。换言之,马太效应凸显背景下,头部基金公司大量发行新基金且收益颇丰的同时,中小型基金公司发行难已成为不争的事实。

针对部分基金公司近年来无新产品发布计划的现象,独立分析师杨晓磊认为,与头部公募基金在主要销售渠道市场份额集中度迅速提高不无关系。在他看来,头部机构与中小型机构之间的发行差异主要体现在业绩和渠道效应方面,不可否认的是,中小型基金公司销售渠道较大型公司而言相对有限。

前海开源首席经济学家杨德龙则指出,由于头部基金公司拿到的基金批文多且渠道相对更强,因此发行的产品数量和规模都很大。而中小型基金公司在批文方面拿得相对较少,也较难享受“牛市”带来的规模效应,基金行业存在明显分化现象。

此外,杨晓磊和杨德龙均提到,中小型基金公司缺乏明星基金经理以及投研亮点也成为其发行路上的一大难点,同时,缺乏

品牌美誉度和市场关注度也阻碍了相关机构的发展。对于投研方面的成本,杨晓磊毫不讳言:“一个好的研究团队,一年至少需要付出5000万元以上,通常只有中大型基金公司才能养得起好的研究团队。”

同时,在牛市规模下无新品发布,不仅错失创造利润的好时机,对公司管理也会造成一定的影响。“长期缺乏新基金发行会导致基金公司管理费收入下降,并形成恶性循环”,杨晓磊补充道。

当然,针对当前市场基金集中发行、销售火爆的现象,也有分析人士表达了对热市下发行力度太大不利于后续投资,甚至可能使投资者利益受损的担忧。对此,杨德龙表示,受到牛市的带动,投资者认购比较踊跃。对发行而言,设定单只基金的规模上限是有必要的,基金规模过大会导致难操作,限制规模则有利于保护投资者的利益。在基金发行上要实现市场化,应根据市场需求来发行产品,发行数量方面则不用人为限制。

另外,针对部分中小型基金公司存在“发行难”的情况,杨德龙认为,应大力发展投研团队,中小型基金公司在投研人员方面较大型机构而言处于劣势,这也是导致它们新发基金数量较少的原因。杨晓磊则建议中小型基金公司可以考虑将权益类FOF(基金中基金)和基金投顾业务作为打造自身特色的主要突破点。

北京商报记者 孟凡霞 刘宇阳 实习记者 李海媛

博时基金22周年:不忘初心 坚定前行

2020年7月13日,博时基金迎来22岁生日。作为业内最早成立的5家基金管理公司之一,博时基金近五年实现了资产管理总规模从千亿级向万亿级的飞跃。截至2020年3月31日,博时基金资产管理规模逾11576亿元人民币,非货币公募规模逾3599亿元人民币,共管理210只公募基金,累计分红超1255亿元人民币(数据来源:博时基金一季报)

中国公募基金行业经历22年的发展,取得了很大成绩,规模实现了从0到17.5万亿美元的巨大跨越(数据来源:中国基金业协会2020年5月末)。作为基金公司“老五家”之一,博时不仅见证和参与了中国资本市场波澜壮阔的发展与变革,还将公司定位为“投资价值发现者”,在行业发展的反思和转型当中首倡价值投资理念。这一理念深远地影响了中国公募基金行业,成为中国资本市场主流的投资理念,博时旗下也涌现了一大批优秀的基金经理和基金产品。

近年来,博时基金追求规模、质量、效益均衡发展,经受住了资本市场和行

业发展的考验,沿着持续倡导价值投资、长期投资、责任投资的道路坚定前行,保持了良好发展势头。博时基金拥有完整的产品线布局,产品类型涵盖股票型、债券型、混合型、货币型、指数型、QDII型等主流基金品种,覆盖了从公募到非公募、从股票投资到固定收益投资、从低风险到高风险、从主动管理到被动管理、从国内到海外等不同基金产品类型。博时基金为投资者提供了类别齐全、风格鲜明、业绩优秀的产品线和投资策略,拥有指数和ETF、绝对收益策略、养老目标、另类投资等丰富的配置工具,全方位满足各种类型客户的投资需求。

博时基金董事长江向阳表示,在中国经济转变发展方式、优化经济结构、转换增长动力的历史时期,资本市场承担着关键作用。近年来,资本市场采取了新股发行注册制改革、设立科创板、创业板和新三板改革,引入长期资金和扩大对外开放、加强信息披露监管、加大违法行为处罚力度等一系列金融供给侧改革措施,市场活跃度不断提升,

运行更加规范有序。在当前刚兑打破、净值化转型和低利率市场环境下,资本市场所释放的强烈改革信号,使得对社会资金的吸引力持续增强,资本市场迎来了历史性的发展机遇。而另一方面,随着越来越多的公募、私募、券商资管、银行理财和信托公司进入资管行业,基金产品供给大幅增加,行业竞争已变得空前激烈。资管机构只有坚守初心,专注核心投研能力、做好客户体验,积累形成卓越的公司品牌,才能在激烈的市场竞争中脱颖而出。

目前,博时基金服务客户总数超过1.1亿人。每一分钱都代表着投资者沉甸甸的信任,博时感到“使命光荣”的同时,更感到“责任重大”。未来,博时将坚定围绕建设一流资管企业的目标,全面提升能力,特别是投研能力、创新能力和服务能力,在激烈竞争环境下,将长远战略定力与当下核心竞争能力建设相结合,不忘初心,坚定前行,力争长期、稳定、持续地为投资者创造价值。

基金投资需谨慎

传承“中信理财”品牌 信银理财在沪揭牌

7月10日,信银理财有限责任公司(以下简称“信银理财”)在上海举办开业揭牌仪式,上海市委常委、副市长吴清,中信银行董事长李庆萍出席开业揭牌仪式。

出席仪式的领导还有上海市政府副秘书长陈鸣波、上海市地方金融监督管理局局长解冬、黄浦区区长巢克俭、中信银行行长方合英、中信银行副行长郭党怀。信银理财的设立是中信银行积极响应国家号召,践行金融服务实体经济的重要战略布局。作为中信银行全资子公司,信银理财注册资本为50亿元,主要从事发行公募理财产品、发行私募理财产品、理财顾问和咨询等资产管理相关业务。信银理财是国内第四家股份制商业银行理财子公司,也是首家落户上海的全国性股份制银行理财子公司。

信银理财将承接中信银行多年积累的“中信理财”品牌和上万亿的理财业务。“中信理财”始于2002年,历经18年的发展,业务规模已超过1.2万亿元。近五年,“中信理财”累计销售规模超32万亿元,累计服务零售客户超326.8万人,累计服务机构客户超2.4万户。“中信理财”以稳健

的投资风格、持续的价值创造、严格的消费者权益保护等经营特色,获得了监管机构、投资者和同业机构的广泛认可。

在理财子公司密集创设的资管行业大变革中,上海市以开放创新的金融环境和完善齐备的金融服务优势,成功引入了中信银行理财子公司,信银理财成为首家沪外银行在上海设立的理财子公司,是上海市建设国际金融中心又一标志性的里程碑。

信银理财的创设是中信银行多元化发展的战略布局,也是其轻资本发展的重要举措。信银理财以“成为有担当、有温度、有特色、有尊严的最佳综合资产管理企业”为愿景,以“合规、客尊、诚信、勤勉、感恩”为企业价值导向,以“市场化、数字化、平台化、高价值、高科技、高质量”为发展方向,持续强化“中信理财”品牌,致力成为“国际水准、国内一流”的理财子公司。

