

货基收益率“破五” 基金借势冲规模

□本报记者 黄淑慧

近期市场资金利率保持在高位运行,货币市场基金、短期理财型基金的收益率也水涨船高。对比今年以来整体表现不佳的股债基金,货币基金凸显出吸引力,诸多基金公司也纷纷发力营销,一方面顺势把握货基高收益窗口期,另一方面也备战日益临近的年中规模之战。

借力收益窗口期

财汇金融大数据终端显示,截至6月20日,603只货币市场基金(份额分开计算)的平均7日年化收益率为4.05%,其中339只基金收益率破4%,占比为56.2%,甚至有多只基金的7日年化收益率突破了5%。同样配置于银行存款、同业存单、回购、短久期债券等资产,且有一定封闭期的短期理财型基金收益率也持续走高。截至6月20日,100只(份额分开计算)短期理财型基金的平均7日年化收益率高达4.15%。

兴全添利宝基金经理瞿秀华分析表示,目前市场资金面趋紧趋贵,主要原因是央行

主动收紧了货币政策,并且对银行实施了更为严格的MPA考核。市场对2013年央行去杠杆时的坚决记忆犹新,当年6月“钱荒”阴影挥之不去,导致市场对今年6月份的预期高度一致,纷纷提前准备“粮草”,短端资金供需极度不平衡,导致跨季价格高企,资金成本骤升;另一方面,银行为了满足MPA考核(宏观审慎评估体系)指标,需要大量补充跨季资金,弥补LCR(流动性覆盖率)缺口。由此,从6月上旬开始同业存单的发行利率一路上行,一度突破5%,同时大额定期存单利率也大幅上浮。因为货币基金主要投资于短久期高评级债券、银行存款、回购、同业存单等短端资产,本次的跨季资金价格高企,使得货币基金大幅受益于市场利率的上行,这样的高收益率还将持续一段时间。

万家现金宝基金经理高翰昆则认为,短期甚至中期货币基金收益率还能上行,因为临近半年末,有季节性资金从紧又叠加监管因素,预期未来监管及季节性因素还可能会持续一段时间。但长期不太可能,因为目前持续提高的收益率是各种因素共振的结果,且目前收益

率持续走高的态势也已有所缓和。

正是基于年中时点货币基金的亮眼表现,诸多基金公司都有意抓住这一时机,纷纷将营销重点放在货币基金上,以期拓展管理规模。除了加大现有基金的持续营销之外,从近期新基金发行情况来看,一些基金公司也利用当前节点,募集了新的货币基金和短期理财基金。

价格战加剧

不少基金公司人士表示,今年以来,在债市市场表现均乏善可陈的情况下,货币基金体现出“现金为王”的优势。当前年化4%-5%的收益率水平,相对于货币基金的低风险程度,对投资者而言无疑具有相当的性价比。并且,临近年中,各家基金公司都有提升规模的压力,而股债基金今年不具有赚钱效应,只能让货币基金“打头阵”。

不过,也有基金公司市场人士坦言,年中整体资金面都较为紧张,想要争取货基规模的增长也并不容易,行业内部的竞争也甚是激烈。

新三板企业IPO热情高涨

券商拼抢IPO业务新机会

□本报实习记者 胡琛

随着IPO常态化,新三板企业的IPO热情也高涨起来。根据Wind资讯的数据显示,2016年以来共有8家新三板企业过会,过会率100%;截至2017年6月15日,488家排队企业中19.8%来自新三板。对券商来说,要实现IPO的业务突破,未来新三板企业过会是一个优质切入点。

今年已有6家新三板企业过会

Wind资讯数据显示,2016年至今,共有7家券商保荐了8家新三板企业过会,过会率为100%。这些保荐券商包括安信证券、西部证券、国信证券、中信证券、中德证券、长江证券、中泰证券。

其中2017年有6家新三板企业过会,分别为国信证券保荐的三星新材、中信证券保荐的

光莆股份、安信证券保荐的佩蒂股份、中德证券保荐的新天药业、中泰证券保荐的凯伦建材,以及长江证券保荐的艾艾精工。

覆盖新三板上市辅导的券商中,有15家券商辅导企业数量超过10家,4家券商辅导企业超过20家,即招商证券、海通证券、国元证券和国金证券分别辅导25家、25家、24家和24家。

广证恒生首席研究官袁季表示,由于新三板企业在挂牌后公司完成了整改与规范,财务数据透明,且全国股转系统已经于2017年3月28日发布《挂牌公司信息披露及会计业务问答(三)》,规范挂牌公司申请首次公开发行股票并上市的申报文件与在全国股转系统指定信息披露平台披露内容不一致的行为,因此新三板企业在申请IPO审核的时候,其在辅导期企业整改的时间成本和难度相对来说都会低一些。

券商竞相储备新三板项目

Wind资讯数据显示,2016年以来整体市场过会企业数量排名前十的券商较为稳定,包括广发证券、海通证券、国信证券、国金证券、中信证券、安信证券、申万宏源、招商证券、中信建投、国泰君安。2017年截至目前,过会企业数量排名前十的保荐券商共计覆盖37家处于IPO排队阶段的新三板企业,占有排队新三板企业的38.1%。

在新三板IPO项目的布局力度上,未进入过会企业数量排名前十的保荐券商比过会企业数量排名前十的保荐券商要大。近两年未能进入过会企业数量排名前列的券商在新三板中已形成一定资源优势,例如光大证券、长江证券、国元证券、东北证券、天风证券、东吴证券、中泰证券和东兴证券等,通过现阶段对新三板的布局来换取未来IPO业务的突破。

提高融资效率 扩大市场规模

信托公司探索资产支持票据批量发行

□本报记者 刘夏村

6月16日,由民生银行担任发起机构,中诚信托担任发行载体管理机构的资产支持票据(ABN)发行成功。相关人士介绍,这是银行间市场首单批量发行模式的信托型ABN,打破了以往“逐单注册、逐单发行”的模式,极大地提高了信托型ABN的融资效率。

中国证券报记者了解到,自去年底中国银行间市场交易商协会(下称“交易商协会”)修订ABN指引,引入特定目的信托作为发行载体后,信托公司开始大力拓展该业务,使得ABN在融资主体结构、基础资产类型、交易结构等方面取得不小的突破。

探索ABN批量发行

所谓资产支持票据,即是指非金融企业(以下称“发起机构”)为实现融资目的,采用结构化方式,通过发行载体发行的由基础资产所产生的现金流作为收益支持的,按约定以还本付息等方式支付收益的证券化融资工具。

2017年6月16日,由民生银行担任发起机

构、中诚信托担任发行载体管理机构的“民生2017年度第一期企业应收账款资产支持票据(17民生ABN001)”成功发行,这标志着银行间市场首单采用批量发行模式的信托型ABN正式落地。

据悉,该资产支持票据注册金额100亿元,第一期发行金额为10.305亿元,1年期,大公国际对各档的评级均为AAA。该资产支持票据的基础资产为各发起机构持有的贸易应收账款债权,包括货物贸易和租赁、工程等服务贸易。

相关人士介绍,该资产支持票据交易结构上的创新在于,跳出单一发起机构的窠臼,首次在交易结构中引入发起机构之代理人这一角色,由发起机构代理人接受多家发起机构的委托,汇集多家发起机构持有的应收账款债权,交付给发行载体管理机构设立特定目的信托。中诚信托标品信托事业部负责该项目的信托经理表示:“这种交易结构上的创新设计,大大拓宽了资产规模的准入范围和发起机构的准入范围,也为中小型企业提供了新的融资渠道。”

另外,标准化操作、批量发行是该ABN发

行的重要特点。在设定了发起机构和基础资产准入机制、尽职调查机制、现金流切割方法、期间操作管理规范以及违约处罚机制等标准化制度的前提下,该资产支持票据采用了“一次注册、多次发行”批量发行方案。对此,上述信托经理表示,这打破了以往“逐单注册、逐单发行”的模式,极大地提高了信托型ABN这一证券化融资工具的融资效率,对资产支持票据市场规模的扩大具有积极的推动作用。

发展速度不及预期

中国证券报记者了解到,2016年12月,交易商协会修订ABN指引,引入特定目的信托作为发行载体,满足多样化结构融资需求以来,市场对ABN的发展充满期待。根据WIND不完全统计,从2016年6月发行首单信托型ABN以来,截至2017年6月15日,市场共发行信托型ABN14单,合计规模约320亿元。2017年以来成功发行8单,发行规模168亿元。

业内人士指出,交易商协会修订ABN指引半年以来,ABN在融资主体结构、基础资产类型、交易结构等方面取得不小突破。例如,在融资主体结构方面,ABN指引修订前,利用发行

在这轮拼抢规模战中,一些基金公司甚至调低了费率以吸引投资者。比如,易方达基金将旗下易方达现金增利货币B的首次申购单笔最低金额,由人民币500万元调整为人民币100元,追加申购单笔最低金额由人民币10万元调整为不进行限制。据了解,货币基金A类和B类份额最大的区别,是销售服务费率不同,该基金A类和B类的销售服务费分别是0.25%、0.01%,二者差距为0.24%。降低了B类的申购门槛,相当于对普通投资者调低了费率。

无独有偶,浦银安盛基金将旗下浦银安盛货币市场基金的管理费率由0.33%下调至0.15%,托管费由0.1%调整为0.05%。此外,上银慧增利货币市场基金、嘉实快线货币市场基金、国投瑞银钱多宝货币市场基金均在近期下调了费率。

业内人士表示,近两年来货币基金的各项费率均呈走低态势。随着竞争的日趋激烈,为了保证更高的费后收益以满足客户的需求,基金公司也不惜让利,货币基金的价格战和收益战愈加剧烈。

值得注意的是,光大证券和长江证券得益于在新三板中的布局,其IPO排队项目数进入前十。业内人士预计,随着IPO常态化,两家券商有望在进入过会企业排名中实现突围。在近两年IPO过会企业数量排名已位于前列的券商中,招商证券、国金证券、海通证券、广发证券、中信建投、申万宏源和国信证券也在加紧储备更多的项目,为之后能巩固在新三板IPO业务的地位而努力。

广证恒生认为,2017年保荐券商在新三板IPO项目布局力度各有侧重。一方面,排名靠前的保荐券商各方企业资源较多,来自一般非上市企业的IPO项目供应较为充足,比如总计有37家IPO排队企业的中信证券、总计有26家排队企业的广发证券仅有1个已进入排队阶段的新三板项目;另一方面,各保荐券商在新三板中的企业资源差异较大,例如国金证券整体IPO排队企业数量与广发证券一致为26家,但其新三板项目有12家,占比为46.20%。

银华盛世精选分红

□本报记者 姜沁诗

在上半年大盘一波三折的弱势背景下,成立仅半年的银华盛世精选逆势大涨。据同花顺iFinD显示,截至6月20日,上证指数今年以来微涨1.17%,同期银华盛世精选总回报24.04%,在同类可比的1845只基金中排名第9位。该基金将于近期分红,每10份基金派1.243元,权益登记日和除息日为6月26日,现金红利发放日为6月27日。

作为一只次新基金,这已经不是银华盛世精选第一次大放异彩。早在建仓期,该基金就曾以同类基金排名第一的好成绩备受市场关注。与此同时,作为该基金的掌舵者——基金经理李晓星也逐渐从幕后走向了台前。

据了解,李晓星不仅是银华盛世精选的基金经理,同时也管理着银华中小盘精选基金,而且这两只基金的业绩表现都不错。据同花顺iFinD显示,截至6月20日,自银华盛世精选2016年12月成立以来,李晓星任职期间基金收益23.74%,而同期同类基金平均收益仅0.93%;此外,李晓星从2015年7月开始接手银华中小盘,虽然当时仍处于“5178点”的余震之中,但是近两年来,该基金依旧取得了40.03%的不俗成绩,远超同期同类基金8.91%的平均收益,并且蝉联中国基金业权威奖项——三年期开放式混合型持续优胜金牛基金奖。

虽然银华盛世精选与银华中小盘都显示出逆势上涨的特点,但是李晓星却表示,并不追求以少胜多、逆境求胜。“而是每个月都能战胜对手一点,以长期大概率跑赢来为持有人赚取收益,这就是积胜的理念,所以我们的业绩排名持续保持在前二分之一阵营,长期下来业绩自然领先,对照《孙子兵法》,就是善战者无赫赫之功的一种体现。”这也与银华盛世精选投资目标中“追求超越业绩比较基准的投资回报,力求实现基金资产的长期稳定增值”的理念不谋而合。

此外,银华盛世精选也强调,在有效控制投资组合风险的前提下,通过积极主动的资产配置,精选符合中国经济发展方向上具备利润创造能力,且估值水平具备竞争力的优势上市公司。李晓星对于行业并没有明显偏好,他的投资风格是“大道至简”,他认为越简单的模型越有效。“如果要概括我的投资方式,首先是一定要寻求景气周期向上的行业,其次是从中选择业绩超预期的公司,第三是希望能够找到估值合理的股票,最后是希望这些公司存在一定的预期差。”

工银瑞信消费服务配置价值凸显

□本报记者 刘夏村

近期消费白马股表现出强劲的韧性,受到机构资金的追捧。业内人士认为,对于看好消费后续走势的投资者而言,直接投资消费白马股存在一定难度,通过搭乘消费主题基金的“顺风车”无疑更加省心省力。

工银消费服务基金主要投资于消费服务类行业,包括日常消费行业、可选消费行业、医疗保健及金融四个行业板块。该基金投资于消费服务行业股票的资产占基金股票资产的比例不低于80%。今年一季度,工银消费服务精准地减持了农林牧渔行业的配置,增加了食品饮料、商贸零售和纺织服装行业的配置,不仅取得了5.71%的业绩回报,而且跑赢了同期业绩基准。进入二季度,该基金重仓股依然表现良好,根据Wind资讯数据,二季度以来截至6月13日又实现了6.79%的涨幅。工银消费服务基金经理王筱苓具有丰富的投资管理经验,其所管理的工银瑞信新蓝筹等基金业绩同样表现出色,今年以来涨幅也在10%以上。

京东支付618交易额同比增长240%

□本报记者 徐文擎

京东金融提供的最新战报数据显示,在今年6月18日的前10个小时里,京东支付交易额同比增长240%,6.18开始仅6小时白条交易额超去年6.18全天。与此同时,京东金融也将6.18的战场延伸到了线下,联合800万银联商户一起参与,6月1日-18日期间,京东支付线下交易额同比增长10倍。

据悉,此次京东支付提供了包括卡支付、白条支付、小金库支付等综合支付方式供用户选择。此外,京东金融依托人工智能、深度学习等科技能力实现了智能营销、智能客服等创新服务,为用户提供嵌入式、定制化的服务。据了解,京东金融依托人工智能+大数据技术,在6.18期间通过白条免息、支付立减、满减返券、现金红包等活动,共为用户送出3.5亿元优惠福利。同时免费送出2500万份各类保险保障,包括运费险、物损险、拒收险、价保险、延保险、运动意外险、美妆质量险等。

另外,京东金融依托科技能力建立起的支付、物流、云计算和大数据等基础设施,不仅让消费者与互联网连接,更让商家与互联网紧密的连接起来。本次6.18,京东金融与400余家银行、55家保险公司、近百家基金公司以及50万线上线下商户,共同为1.5亿京东金融用户提供便捷支付体验、安心售后保障等服务。同时,为让线上线下的合作伙伴都能参与和借力6.18,在6.18期间京东金融的供应链金融业务共为覆盖60%的京东供应商和第三方商家提供了115亿贷款支持,京东众筹更是帮助近千家创新创业企业登上6.18的营销盛宴。