

左季庆:保持稳健本色 把握大资管新机遇

□本报记者 林荣华



左季庆, 国寿安保基金管理有限公司总经理、国寿财富管理有限公司董事长。曾任中国人寿资金运用中心债券投资部总经理助理, 中国人寿资产管理有限公司债券投资部总经理助理、总经理, 中国人寿资产管理有限公司固定收益部总经理, 并担任中国交易商协会债券专家委员会副主任委员。

保持“保险系”稳健本色

脱胎于国内规模最大的保险资产管理公司, 国寿安保基金继承了保险资金运用的文化和基因。在左季庆看来, 长期稳健投资和资产配置管理是国寿安保基金的核心竞争力所在。

“追求绝对收益的同时严控风险, 不追求短期业绩的极端爆发, 注重在长跑中胜出。”左季庆说, “公司从一开始就建立了强大的信用评级团队, 对全市场信用债券建立了内部评级并保持长期跟踪, 及时动态排查各类债券信用风险, 做到了市场全覆盖, 能有效把控信用风险。”

即便对于股票型基金, 国寿安保基金也展现出了保险系资金在投资上的稳健风格。左季庆表示, 股票投资方面更关注产业趋势与公司长期的成长性, 通过对产业趋势及行业规律的认真研判, 进一步结合对公司基本面的深入研究, 力图甄选出具备显著切实成长性和价值的优质个股, 通过中长期的持有获得相应的投资回报。同时, 采取相对分散的投资策略, 在行业配置和个股选择上不会太过集中, 会对单一组合资产的行业集中度和个股集中度做适当的约束和指导。“一般会把组合标的划分为战略性、战术性和机会性品种, 战略性品种通常的持股周期会在两年以上, 会力图将组合换手率保持在同业平均水平之下。”左季庆说。

多元资产配置是保险资金的优势, 也是其稳健风格的体现。左季庆说: “国寿安保定位为全能型的资产管理机构, 今后将强化资产管理风格, 逐步向具有鲜明特征的资产管理机构转型, 从单纯向机构投资者提供金融产品转向同时提供综合金融理财服务, 依靠创新成为中国人寿开展第三方金融业务的投资管理平台, 依靠品牌成为机构投资者进行资产配置的平台。”

在左季庆看来, 今后公募基金单纯给客户产品已经无法满足客户的多样化需求, 以“产品+服务”两轮作为驱动力才是未来趋势。他说: “在对散户服务上, 要加强对大众理财工具的管理, 并完善日常客户服务, 及时传递市场信息, 有序增加一些增值服务, 提升客户体验。机构服务方面, 不仅要把服务作为产品推介的补充, 而且要从前端开始了解客户需求, 跟踪客户需求的变化, 开展定制化服务, 增强机构客户黏性。”

据左季庆介绍, 今年以来国寿安保凭借较为完善的信用研究和信用风险控制体系, 先后为银行客户和其他机构客户提供过信用研究体系同业交流、部分信用债内部评级和风险排查、行业研究报告分享、信用分析师培训等服务, 获得客户的一致好评。

把握大资管格局机遇

随着资管新规及配套细则的逐步出台, 新的大资管格局正在逐步形成。在左季庆看来, 短期虽然会对整个公募行业形成一定冲击, 但公募行业也因此迎来了发展的大机遇。

“大资管格局首先有利于促进公平竞争。很多商业银行理财产品带有刚兑色彩, 而公募基金长期以来采用净值化管理, 随着今后开放式的公募银行理财产品也采用净值化管理, 公募基金有望迎来更加公平的竞争环境。其次, 有利于促进公募基金回归代客理财、价值投资的本源。新规引领的大资管格局引导公募基金回归本源, 着力提高投资水平。再次, 还能促进大资管行业的投资更加透明, 风险管控更加严格。最后, 大资管格局进一步明确了卖者尽责、买者自负的原则, 明确了资产管理业务各方的信托法律关系, 进一步厘清了投资人和管理人的职责划分, 在保护投资人利益的同时, 也保护经营者的权益, 有利于做强做大资管行业。”左季庆说。

对于银行成立资管子公司可能带来的影响, 左季庆坦言: “这将成为公募基金强劲的对手, 资金、客户、营业网点方面的优势也会助力银行资管子公司快速发展。”不

以绝对收益为目标

“作为一家成立5年的基金公司, 公司的资产管理规模可以说实现了爆发式增长。截至2018年二季度末, 剔除货币基金的公募资产规模为441.46亿元, 在同业中排名第32位。截至三季度末, 旗下共有44只公募基金, 涵盖货基、债基、指数基金、股票基金、混合基金、分级基金、ETF等等。”左季庆细数了这些年国寿安保基金的发展成绩。出身保险资管的他, 同样对公司的固收成绩引以为豪: “海通证券报告显示, 截至2018年6月30日, 国寿安保基金固定收益类基金绝对收益率最近1年、2年、3年的业绩排名分别为30/105、17/89、18/79, 均保持在同业的前1/3。权益类基金绝对收益最近两年也保持在同业前1/3。”

在左季庆看来, 以绝对收益为目标, 踏踏实实为投资者赚到钱才是公募基金的“题中应有之义”, 这方面国寿安保基金同样表现突出。“截至2018年二季度末, 国寿安保旗下基金自成立以来累计为投资人创造收益121.05亿元。截至2018年9月7日, 公司旗下产品累计分红36次, 分红38.6亿元。从‘单位管理费产生利润’这个指标来看, 2018年上半年, 公司每收取1元管理费, 就为投资人创造12.28元的利润, 这一指标在全行业排名前20位。”他说。

快速的成长源于对发展路径的正确选择。左季庆总结道: “业务层面率先从保险资金熟悉的固定收益投资入手, 逐步布局权益类资产。公司成立伊始便树立了以绝对收益为目标的投资理念, 淡化投资业绩相对排

名, 坚持持有人利益优先原则, 这一理念契合了机构投资者的诉求。尤其在市场大幅波动的情况下, 公司业绩保持相对稳定, 机构客户的认同度逐步提升。”大力发展机构客户的同时, 国寿安保基金还发力零售市场。据左季庆介绍, 在与银行渠道紧密的合作中, 公司客户规模稳步增长。截至2018年9月末, 公司客户总数达到426万户, 其中机构客户1.2万户、零售客户425万户。

在更深的体制机制层面, 左季庆强调了公司在管理机制上的市场化和在业务发展上的专业化。他说: “按照集团公司‘接近市场, 市场化运作’的要求, 国寿安保坚持机构设置市场化、机制建设市场化、人才配置市场化。不仅市场化选聘经营管理人员, 建立市场化的激励约束机制, 而且顺应市场发展趋势, 在公募股票投资管理试行事业部制管理, 将人事、财务、投资等权限下放至事业部, 根据净利润情况与事业部按一定比例进行分成, 打破了原有基金行业工资+奖金的激励模式, 吸引了市场优秀投资人才加盟。”

左季庆进一步介绍了国寿安保在专业化方面的努力。他说: “机构设置要扁平化; 投资决策环节集中讨论, 授权管理, 实行基金经理负责制; 投资操作层面, 进行目标管理, 最大程度调动投研人员主动性。同时合理布局产品线, 不单纯追求产品发行的数量, 而是要看该只产品是否能够给投资者带来长期稳定的投资收益, 是否具有长期的生命力, 是否符合公司投资管理的优势。”