

燃爆的基金发行市场

□本报记者 徐金忠

“爆款”已经不能很好地形容近期的新基金发行了,日光、秒光、手慢则无的产品比比皆是,比如交银施罗德的新基金,比如东方红的匠心甄选,当然更有陈光明旗下一日吸金超1200亿元的睿远均衡价值……市场热情委实灼人。

在这样的背景下,基金销售也使出浑身解数,不少基金经理甚至化身网络主播,一切都为了在这火热的市场中打下一片属于自己的天地。但是,火热之下,亦是基金行业需要冷思考的时候。



新华社图片

“爆款已经无法形容”

如果将新基金提前募集结束乃至一日售罄定义为“爆款”的话,上周可谓爆款连连,像是高潮迭起的连续剧。统计显示,2月17日-21日,一周之内共有7只新发基金或是提前结束募集,或是一日售罄触发比例配售。

其中最让人津津乐道的自然是睿远均衡价值。产品一经推出,就是秒光,真正手慢则无。很多行业人士对睿远基金成就爆款并未有丝毫怀疑,只是想看看睿远基金的新产品到底能够火爆到什么程度。事实是,睿远均衡价值不仅一日售罄,其当日吸引的申购资金达1223亿元,最后不得不对有效认购申请采取比例配售,确认比例仅为4.902651%。这样的成绩已经超过2007年10月中旬,当时上证指数在6124点,上投摩根QDII基金的1162亿元认购量成就了历史性纪录。

其他基金产品也是亮点纷呈:交银施罗德瑞思三年封闭于2月17日发行一天即结束募集,其累计有效认购申请金额(不包括募集期利息)超过发售公告中规定的募集规模上限50亿元人民币(不包括募集期利息),交银施罗德基金对2月17日的有效认购申请也采用“末日比例确认”的原则予以部分确认。2月19日开始发行的偏债混合基金——东方红匠心甄选一年持有混合基金,仅募集一天就超过30亿元,提前结束募集,并进行比例配售。最终,募集期内有效认购申请金额(不包括利息)为37.97亿元。于2月20日发售的中邮科技创新混合型基金开卖仅一个多小时,即有超过15亿元的认购,超过10亿元的首募限额,触发比例配售。最终,该基金2月20日的有效认购申请确认比例为17.884975%,由此推算该基金发行一日,吸引的资金近56亿元。

“以往偶尔出现一两只基金发售情况较好,就会让人感到惊喜,而现在是一周之内密集出现,而且均是一日售罄、瞬间秒光、手慢则无,这样的情况用‘爆款’已经无法形容了。也许这是可遇不可求的盛况。”杨欣(化名)是一家基金公司的销售人员,她如此感叹。

在银行渠道端,这样的火爆更是直面扑来。

嵇瑾(化名)是一家股份制银行上海分行的理财经理,在睿远均衡价值发行期间,她见证了市场资金的热情:“0点一过,就有投资者开始申购基金。到正式开售时间,市场资金集中涌入,全渠道的销售数据不断刷新,很快就把60亿元的限额吃完了。到了2月18日中午,认购资金已经超过400亿元。所以,对于想申购基金的投资者,我们给出的建议是尽量争取配售份额。最终,全天资金超过1200亿元,我相信这是大部分人都没有想到的。而且这样的战绩,还是在疫情期间,很多推广活动无法开展的情况下取得的。我们部门主任从业年限不短了,他都表示自己没有见过这样的盛况。”嵇瑾回忆说。

事实上,就算是睿远基金自己,在汹涌的认购资金面前,也感受到了“别样的压力”。在睿远均衡价值结束募集后,睿远基金表示:1200亿元的募集规模确实超过了预期。疫情期间有如此多的真金白银认购该基金,也给了公司别样的压力,即如何不辜负这么多投资者的信任。后续,睿远基金将继续秉承长期投资、价值投资的理念,坚持专业化发展道路和精品化产品布局。

爆款背后“众生相”

在疫情影响下,基金路演和基金销售纷纷转型线上,变身“云路演”、“云销售”。而为了在市场中占据一席之地,基金销售使出浑身解数,基金经理甚至化身网络主播。

“您好,X总,您这只新基金有什么特点?您看好哪些机会?您后面怎样建仓?您的基金会不会很快卖完?我是不是要多加资金申购?”这样的提问,频频出现在近期火爆的基金经理直播活动中,基金经理也很真诚,耐心地为投资者答疑解惑。“第一次这么真切地与一个个具体的投资者交流问题。直播间里有几万人点击观看,你必须如实传递你的观点,回应投资者的问题。有些问题您可能认为比较简单,但是对于投资者而言,却是他关心和希望解决的;有些问题你觉得不好回答,但是在信息披露允许的范围内,还是要尽量与投资者交流尽可能多的信息。”上海一家基金公司的基金经理表示。他在近期参加了新基金的线上投资者交流活动。

统计数据显示,春节以来,有近百万人次在支付宝观看理财直播,其中在一些专注基金经理直播的平台上,每天的日程安排非常满,一天五六场的频次都算不上密集。其中,有新发基金的推介,也有老基金的持续营销。上述基金经理感慨,若干年后,大家再回忆起这个春节期间的变化,会不会把今年称为基金路演和销售“云时代”启幕之年?

杨欣是绝对认可这种说法的。疫情打乱了她的工作节奏,而接踵而至的基金发行火爆场面,又给她的工作带来更多激情与挑战。“曾经很悲观,觉得疫情期间销售工作难以开展,因为无法拜访客户,理财经理路演也不易推进。但是在云上和线上时代,却带来了行业全新的突破。虽然无法直接与客户接触,但是视频直播、线上服务却成为可行而且有效的方式。近期对爆款基金的打造,线上路演的销售模式也功不可没。”杨欣认为。

“视频直播和在线服务,除了便捷,更有真实感,可以摆脱之前基金经理高高在上、可望不可及的感觉,客户可以直接提问,深入交流。平日里基金销售册上的那些书面语言,变身日常沟通交流,你能感受到基金经理的真实状态以及他的思维和逻辑能力。”有基金投资者告诉中国证券报记者。

盛况之下的冷思考

随波逐流总是相对容易的。但仍有不少冷静的思考者,他们于热闹和火爆之中,进行着独立的思考。

“对于爆款基金的态度是既想拥有,又怕受伤。爆款基金的诞生,对于基金公司的品牌形象、投研能力、渠道资源等都是很好的宣传,我们乐见其成。但是,爆款基金诞生的背后,我们也要做好归因:是投资者认可公司的品牌,还是认可公司的研究和投资能力,亦或爆款就是渠道资源的堆砌?我认为这样的冷静思考很重要,也便于我们总结经验。我们不想要‘虚胖’的爆款,而是要扎扎实实的优质产品。”一家基金公司市场部门负责人表示。

有基金经理更是将这种冷静思考形容成“一日三省吾身”:如何看待爆款?市场如何演

化?投资者如何服务?在他看来,这其中是不同层次的关注:如何看待爆款基金,关系着自己对行业的研判和对自身能力的审视,例如是否需要市场资金的追捧,自己是否又有管理大资金的能力;对市场演化的研判,则是对专业能力的考验,关系到研究和投资的功力;对于投资者的服务则是一个综合体系,包括基金公司前中后台的协调与配合,做到为投资者提供专业服务。“爆款基金的诞生,给很多基金从业者以启发:市场正在给公募基金源源不断的机会,问题是有多少基金管理人和基金经理能够抓住机会,能够在成就投资者的同时成就自己。”这位基金经理表示。

嵇瑾也有自己的冷静思考:投资者资金追捧爆款,基金热卖,配售比例越来越低,投资者趋之若鹜,对爆款基金的回报期望也水涨船高。“但是,会不会出现盲目的追风,最终投资业绩不达预期,伤害投资者的情况?”嵇瑾不无担忧地表示。

这样的冷思考,确实大有必要。眼下,还有许多基金产品蓄势待发,其中不乏大有潜力成为爆款的基金产品。譬如即将于2月24日开始发行的博道嘉元混合基金,拟任基金经理由有20年从业经验的老将张迎军担纲。张迎军的组合投资管理经验达16年,兼具保险资金组合和公募基金组合管理经验。又如将于2月25日发行的国联安科技创新3年封闭混合基金。该基金募集上限为10亿元,拟任基金经理潘明素有“TMT捕手”之称,具备计算机学科背景,曾在北电、英特尔和摩托罗拉三家高新科技企业工作近十年,对TMT行业的基本面、创新趋势有较强的洞见及把握力。

当然,造就爆款的大环境——A股市场也正在发生变化。例如,市场持续回暖后的估值水平发生了变化:目前,煤炭开采、保险、高速公路、房地产开发、建筑装饰等行业当前PE所处历史分位数较低;铁路运输、机场、汽车整车、计算机、电子等行业当前PE所处历史分位数较高。有基金机构提示,市场已经从下跌的风险转化为上行的压力。这时候,那些弄潮的基金产品和基金经理,特别是那些爆款基金和它们的掌舵者,更需要显示出专业和冷静来,为投资者提供高质量的资产管理服务。