

突破10亿元 公募机构自购规模翻番

□本报记者 余世鹏

市场行情一波三折,但公募机构的看多信心并未消散,这从基金自购(指基金公司购买自家基金)规模中可见一斑。截至目前,年内以来基金自购规模突破了10亿元,且比去年同期大幅增长逾100%。

分析人士指出,自购行为释放出了积极的市场信号,既有利于基金促销,也是对市场底部区域的一种认可。但是,自购行为并不意味着基金绝对赚钱,基金自购的收益优势在目前也并不明显。

机构年内自购超10亿

Wind数据显示,截至4月18日,年内共有50家公募机构(包括基金公司和开展公募业务的资管机构,下同)发生过自购行为,50家机构累计自购次数为86次(即自购了86只基金产品,不同份额分开计算),比去年同期34家机构的54次自购增加了32次。

规模方面,50家机构年内自购的基金规模为12.75亿元,比去年同期的自购规模6.15亿元大幅增长107.32%,也达到了去年全年自购规模28.57亿元的44.63%。其中,有4家机构的自购规模在5千万元以上,最高的是东兴证券(3.10亿元),其次是汇添富基金(2.00亿元)、工银瑞信基金(6066.58万元)、南方基金(5000.32万元)。

进一步看,年内自购规模最大的基金品种是债券型基金,自购规模为6.59亿元,占比达到了51.69%。其次是混合型基金3.89亿元(30.95%)、股票型基金1.67亿元(13.10%)。

值得一提的是,年内自购的86只基金品类较为丰富,不仅涵盖了当前市场上的科技主题、

消费主题、养老主题、医药主题等产品,如永赢科技驱动A、汇添富消费升级、工银养老2045三年、汇添富创新医药等,还出现了震荡市中关注度较高的量化对冲策略等创新产品,如景顺长城量化对冲策略三个月等。其中,工银养老2045三年的自购规模达到了5065.74万元,位列单只基金自购规模第二位,紧跟其后的汇添富消费升级、汇添富价值精选A、汇添富移动互联网、汇添富创新医药,自购规模也均在3000万元以上。

认可市场底部

某券商分析人士指出,基金自购的资金一般源于基金公司的自有资金,如公司资本金、自有资金、高管基金经理和员工的资金认购。根据《证券投资基金运作管理办法》,基金管理公司使用上述资金认购基金,其金额不少于1000万元,且持有期不少于三年。

前海开源基金首席经济学家杨德龙指出,基金自购一般是出于两方面目的,一是将基金公司利益、员工利益、基金持有人利益进行绑定,以增强持有人信心。“发动员工以及使用自有资金去买自家基金,会起到积极的基金促销效果。”二是通过基金自购,基金公司自身也能分享到基金投资收益。“基金公司的自营资金,在运营时是可以投资自家基金的,这既能提高基金规模,又能分享投资回报。”杨德龙说。

杨德龙还指出,就2020年而言,基金自购规模出现大幅攀升,与疫情之下市场行情出现明显波动有关。“一季度时市场虽出现个别的爆款基金,但实际上大部分新发基金的销售情况并不理想。因此,自购行为可用来提振市场对公募基金的投资信心,这也有利于增加基金规模。”

杨德龙认为,自购行为释放出了一种积极

的市场信号。“对公募基金这类投资者而言,大规模的自购行为,是他们对市场底部区域的一种认可;并且,从历史上看,基金销售困难的时候也往往是市场底部时候,通过基金自购能提前布局低点,以分享到基金投资收益。”

关注自购规模较大品种

杨德龙指出,基金自购会考虑该基金未来的市场表现,投资者可适当关注基金公司自购规模较大的基金,未来可能会有较好的市场表现。Wind数据显示,在自购区间内,上述86只自购基金中有61只获得了正收益,最高的是汇添富创新医药(19.54%),其次是汇添富移动互联网(10.32%)、汇添富民营活力A(8.40%)。

但是,自购行为并非绝对信号。上述市场分析人士指出,自购行为在投资者的参考因素中只能占小部分比重,投资决策的核心所在,主要还是跟据个人的风险偏好、收益预期、投资期间等因素来衡量。从本次自购中的负收益产品来看,有7只产品的亏损幅度在5%以上。其中,某家头部公募旗下的一只ODII基金和某只小型公募的消费主题基金,区间亏损幅度均在10%以上。

从2019年全年基金自购数据来看,这一“相对”结论依然成立。Wind数据显示,2019年自购的236只基金平均收益率为3.87%,其中收益率超过10%的基金只有26只。显然,与当年收益率超过100%的头部基金相比,这些自购基金的收益率较为一般。

另外,上述分析人士指出,自购行为不能与投研能力画等号。“公募基金的核心竞争力在于主动管理能力,以及其表现出的长期稳健投资业绩,这不是通过自购能带来的,而是通过长期扎实的资产管理能力所获得。”

会因为估值低、环比景气度向上较为乐观。”李晓星表示,基于此,他管理的产品在本轮下跌过程中,加仓了很多必选消费品,包括调味品、小食品以及农业股。

“而对于科技股来说,节后我们得出了短期的买点,中期的卖点,长期没有问题的判断。”李晓星表示:“经过这一轮调整,我们认为科技股的风险已经大部分释放完毕,现在可能是科技股慢慢买入的时间点,是布局的阶段而不是丰收的阶段。二季度是科技股的建仓期,我们会将科技的投资方向聚焦在5G硬件终端,5G软件应用和新能源等三个方面。”

李晓星执掌的即将发行的银华丰享一年持有混合基金,同样将建仓方向聚焦消费和科技两个方向进行均衡配置。李晓星表示,上证综指在2700点和2800点的位置是较好的建仓区间,会以较快速度建仓。他认为,尽管市场短期依然有不确定性,但长期来看向好。目前我国疫情防控形势持续向好,复工复产有序推进,经济正在平稳恢复,货币与财政政策空间相对最大。从1-2年的时间维度来看,他对权益市场保持乐观。

北向资金青睐新华社民族品牌指数成分股

□本报记者 林荣华

新华社民族品牌指数上周大涨2.76%,表现显著强于大市。以区间成交均价估算,成分股合计被北向资金增持67.30亿元,4月以来,新华社民族品牌指数成分股合计被北向资金增持达95.05亿元。

展望后市,由于3月各项经济指标与1、2月份相比明显改善,基金人士认为,无论是实体经济还是资本市场,困难时刻已经过去,有理由对后市保持乐观。

多只成分股跑赢大市

上周市场小幅上涨,上证综指上涨1.50%,深证成指上涨2.23%,创业板指上涨3.64%,沪深300指数上涨1.87%。新华社民族品牌指数涨2.76%,表现显著强于大市。

从成分股表现看,新华社民族品牌指数上周多只成分股大幅跑赢沪深300指数。其中,隆基股份大涨16.85%,位居成分股涨幅榜首位;其次是赣锋锂业,涨幅也达到12.26%。此外,贵州茅台上涨5.24%,山西汾酒上涨4.25%,片仔癀、齐翔腾达的涨幅也都超过3%。

从新华社民族品牌指数成分股看,上周不少个股被北向资金显著增持。Wind数据显示,以区间成交均价估算,上周北向资金净买入贵州茅台达32.42亿元;净买入五粮液达16.12亿元;对隆基股份、格力电器、赣锋锂业的净买入金额分别为6.90亿元、5.49亿元、4.01亿元;净买入伊利股份、片仔癀分别为2.94亿元、1.17亿元。

若以区间成交均价计算,截至4月17日,北向资金4月以来对新华社民族品牌指数成分股的合计净买入额达到95.05亿元。这期间,北向资金对贵州茅台和五粮液的净买入金额分别高达47.19亿元、32.57亿元。

看好基建投资

随着国内复工复产逐步推进,叠加国内3月份经济指标明显改善,基金人士认为,经济基本面和资本市场的困难时刻已过。

星石投资总经理杨玲指出,3月各项经济指标相比1、2月份明显改善。中国经济的困难时刻大概率过去了。未来逆周期调节还将发力,基建投资将是主要政策方向,预计二季度经济表现会明显好于一季度。后续随着海外疫情逐步得到控制,输入型压力缓解,叠加刺激消费举措持续出台,可以在二季度期待消费的集中回涨。

重阳投资认为,一季度经济数据显示了国内经济供给端领先、需求端跟随的短期格局,供需两端皆在继续恢复和改善,3月份宏观经济回升势头扎实。资本市场作为经济基本面的领先指标,全球主要股票市场自3月下旬以来持续走强。随着国内外各项保就业、保增长政策的实施,海外疫情防控逐步走向稳定,有理由对实体经济和资本市场保持乐观。

□本报记者 张凌之

李晓星,这位80后基金经理刚刚获得金牛奖史上首次评选出的七年期金牛基金奖。

一如他所获的这一长期奖项,李晓星将投资的本质概括为用一辈子去理解一个简单的道理:以合理价格买入优质公司,长期稳定的超额收益就是绝对收益。

在李晓星看来,投资要“顺大势,逆人心”,只有准确判断产业趋势并对公司进行深入研究,才有可能穿越牛熊去分享优质公司的长期成长。对于A股后市,他强调,震荡市会提供更多获取超额收益的机会,在投资方向上应聚焦“消费+科技”。

寻找震荡市中的优质公司

“如果一个优质的公司,跌到一个合理的价格区间,肯定要伴随一些利空,这时候,投资者往往不敢买入。”但对李晓星来说,在目前这个阶段,可以看到很多公司已经跌到合理的价格区间,他愿意去买入一些公司。

当然,买入的前提是优质公司。在当前背景下,大部分行业都受到了疫情影响,“面对疫情,要靠自己的免疫力扛过去,谁有强壮的身体,谁的现金流好,谁的资产负债表好,这样的公司抗风险的能力也越强。”李晓星建议,无论选择哪个投资方向,都应该聚焦在龙头公司上。

投资要理解的第二个简单的道理是:长期稳定的超额收益就是绝对收益。“就算是对于优秀的基金经理来说,也很难判断短期的大盘涨跌,但对于长期产业趋势的判断胜率可能还是要高于一般的市场参与者。”李晓星说:“我们要做的就是专注于长期做正确的事情。”

聚焦“消费+科技”

步入2020年,受疫情冲击和海外市场剧烈波动影响,A股也经历了一轮震荡调整。但对于李晓星来说,震荡市会提供更多获取超额收益的机会。

“节后回来,消费股受到了严重冲击,但我们判断,对于消费股来讲,可能是短期的卖点,长期的买点,因为疫情终将过去,而消费类公司

■ 富国基金专栏

富国基金朱梦娜：“抗压”致胜，信用债发行主体迎来大考

2020年年初,公共卫生事件在全球蔓延,造成了居民生活隔离、企业生产停滞、国际贸易受限,从而引发的恐慌和避险情绪,对全球资本市场造成较大扰动,各国央行纷纷采取宽松行动以稳定市场、提振经济。由于前期采取了及时且充分的隔离措施,春节以后我国各企业在加强防控措施的同时陆续复工复产。

未来一段时间,“抗压”将是社会经济领域的一个关键词。在经济下行周期当中,往往伴随着企业偿债能力弱化,信用违约风险上升的特征。信用风险的传导和暴露存在一定时滞,短期的经济停顿带来企业盈利和现金流的直接冲击,而更长远的影响可能在于供需环境变化导致的市场竞

争格局变迁。行业特征的不同,影响路径也有显著分化。隔离措施使得下游消费受到抑制,冲击零售酒店、航空旅游等行业。海外形势影响贸易和运输,出口依赖度高的行业、产业链全球分布的高端制造业风险增加。宏观景气度变化带来大宗商品价格波动,部分周期性行业承压。

以美国市场为例,债券违约率与GDP增长率存在显著的负相关关系,与失业率存在显著的正相关关系。随着海外经济数据的恶化,海外三大评级机构近期集中下调了上百家企业的信用评级,其中不乏从投资级降级为垃圾级的大型跨国企业。

在这样的背景下,信用债投资需要更加重视考量发债主体穿越经济周期的能

力。目前国内信用环境整体稳定,在各项政策的保驾护航下,企业再融资渠道较为通畅。但是近期信用违约事件依旧持续发生,其中不乏主体评级AAA的发行人。财务信息披露的滞后性和公共卫生事件影响的不确定性给信用研究和债券投资带来挑战。

为了提升信用风险判断的及时性和准确性,富国固收在外部评级公司评级和公司内部评级体系评级两层维度之外,增加中债市场隐含评级作为判断依据,并且应用在投资策略当中。中债市场隐含评级是由中债估值中心从市场价格买卖和成交价格信号中反推出的债券信用等级,并综合企业基本面和债券条款等因素予以完善。通过三个维度的信用风险考量,既

保留了富国基金自身信用研究能力的个性,又突出了全市场投资者信用风险识别的共性。富国投资级信用债债券基金采用了以上信用债择券策略,去伪存真,专注于评级AA及以上的优质信用债,2019年9月成立以来表现优良。考虑到公共卫生事件冲击之下,未来信用债市场还存在诸多不确定性,我们将继续实践以上策略,优化调整组合持仓结构,争取为投资者提供稳健收益。

本文作者为富国纯债、富国投资级信用债基金经理朱梦娜

