



■ 主编手记

“爆款”背后的浮躁

可以明显地感觉到,最近“爆款”基金接二连三,浮躁了公募基金行业的人心。

百亿级以下的首募,已经不易撩动业内的神经,两三百亿级别的首发,才是许多基金公司艳羡的对象。据说,一些弄不出“爆款”的基金公司,各路人马甚至整日思谋,如何上一些手段来达到目的,结果不仅擦边球遍地乱滚,甚至还爆出了一些丑闻。

这种浮躁和急功近利,显然不利于基金行业的健康发展,也受到业内有识之士的抨击。比如,一些以“长跑”著称的大中型基金公司高管,就屡屡抛出针对业内追逐“爆款”的冷思考:假如自身的能力建设不够,一时的“爆款”不过昙花一现,并不能成为基金公司长期发展的助力。恰恰相反,如果沉迷于追逐“爆款”的短期之乐,却有可能荒废基金公司的中长期战略规划,实在是得不偿失。

所谓能力建设,可以做两重理解:第一,指的是基金公司的能力建设,它是全方位的涵盖,既包括公司投研能力与规模的匹配,也包括中后台的配置足以覆盖产品数量和客户数量。这种能力建设的效果,主要体现在基金公司规模的可持续性上,细分到“爆款”基金这块,则是深厚底蕴使“爆款”从偶然变成必然,以及“爆款”基金成立后,在高体量的背景下依然能够践行“客户利益至上”的原则,让持有人获得合适的回报。

但有趣的是,着力于能力建设、在业内卓有声誉的部分基金公司,却淡对“爆款”的引诱,常常设置新基金发行上限,通过比例配售,婉拒了蜂拥而至的巨量资金。

第二,则是指基金经理的能力建设。很多时候,追逐“爆款”其实就是追逐明星基金经理。但事实上,如娱乐圈一般,这些“明星”也分两类:短期红透半边天的小鲜肉和长期誉满天下的老戏骨。如此一来,“爆款”与“爆款”之间,便出现了质的鸿沟:借短期业绩发力,管理规模从数十亿骤增至上百亿的基金经理,能力建设还需要多次“冰与火”的洗礼,其业绩波动性可能成为追逐者的噩梦;而对百亿级资金管理驾轻就熟的基金经理,常不屑于短期业绩的爆发,但却能让持有人获得长期安心的回报。

同样有趣的是,老戏骨”们也不热衷于“爆款”基金。在他们看来,爱惜羽毛远比攫取利益更重要。

李良



三位爆雷私募基金投资者的自述: 一场信任与背叛的游戏

◀◀ 04版 本周话题



05基金动向

机构关注业绩增长
且有时间价值标的

02基金新闻

涨跌幅将放宽至20%
创业板相关基金净值波动料加大

16基金人物

中欧基金董事长窦玉明:
以时间为火 锻就沉淀型研究平台