

# 基金直播“悲喜录”：流量竞赛背后现新难题

□本报记者 李岚君

今年直播很火，基金公司也迅速跟上潮流。

现场直播热背后，基金业正在掀起一场流量竞赛，如“公募李佳琦”、“基金圈薇娅”已陆续上线。

据不完全统计，有超过40家公募基金公司在支付宝、天天基金网、雪球等平台进行线上宣传。公募基金直播间已成为各家竞相争取的“蛋糕”。

基金行业营销形式的变革正在发生，但网民的争议也随之而来：“我不是来上课的，内容枯燥无聊谁想看”“没有帅哥美女，直播什么呀”“没红包也就算了，连个产品链接都不放，我是来听广告的吗”……

作为金融机构，基金公司直播中还需考虑专业性，在合规的同时还要做到“接地气”，如何把握尺度成为新的难题。

## 直播间流行

随着第三方网络销售平台直播间的开通，多家金融机构迅速上线理财直播，直播成为基金公司“标配”。目前有不少基金公司直播了几十场，各大基金公司都花式直播，微信平台、蚂蚁财富号、天天基金网、雪球等成为线上宣传的主力平台。直播内容多以基金产品路演、市场观点分享、投教课程以及渠道培训为主。

尽管不少公司通过自身的数字化转型或是与互联网平台合作等方式，积累了一定的线上经验。但直播对绝大多数公司而言，还是摸着石头过河。直播要怎么做？

目前，各家基金公司都纷纷开启直播，有的已直播上百场，有的搭建了直播间，有的已招募专业主持人。当然，更多公司选择亲力亲为。沪上一家基金公司的电商负责人向中国证券报记者描绘了她的直播经历，“精力集中，亲自上阵直播，搭建团队，向直播发力。自己看李佳琦、薇娅直播感觉没什么，但真正自己做了以后发现，其实每一场都是体力活，团队8-9人分工协作，直播前我们写脚本大概写了A4纸30多页，多次改稿，提前过合规，才能最大限度保证直播的顺利。”

“很多大公司未必能体会到这一点，因为大公司可能已经有很大的粉丝群。但对于我们这样的中小型企业，看直播的全部都是增量，非常宝贵。”上述专业人士说：“如何在有限时间内讲得合规、又有吸引力是很大的考验。”

## 过度娱乐化惹争议

据中国证券报记者了解，目前基金公司一般有两个部门会做线上直播，一个是市场部，负责基金产品的渠道销售，其直播主要面向渠道的销售经理和投资者；另一个是品牌部，负责公司的品牌形象传播。

由于线上理财用户主力军是90后、95后，80%用户是年轻人。销售之外，服务成为用户刚需，以“投资者教育及行业投资策略”为核心的基金直播，快速降低了学习门槛。为了迎合青年人喜好，不少公司以投教作为突破口，直播最常见的组合是“颜值+专业”，也就是“美女小姐姐”配合基金经理。

但业内人士已注意到直播“过度娱乐

化”的现象。尽管这个问题尚未受到监管机构关注和规范，但对于专业的基金机构来说这是一个有争议的话题。

据中国证券报记者了解，有的基金业内人士觉得卖基金也可以像李佳琦、薇娅一样操作，而有的人士则认为基金是理财产品，更多应该体现专业的技术含量而不是靠噱头博眼球。

不过，有基金人士表示，已经有基金公司开始招聘专业的主持人来做直播，但这种娱乐化现象未来是否会成为主流，尚无定论。

## 合规是红线

目前看来，各家基金公司直播目的也并不相同。对有的基金公司来说，直播更重要的是提升品牌的曝光。但也有公司表示，最大的努力方向是如何在合规的前提下提升带货量。值得注意的是，从目前直播现状来看，部分直播页面有相关产品的按钮，可直接购买。

对于基金直播的效果，各家基金公司的尝试的结果和看法有些分歧。毕竟不同于普通卖货的直播，持牌机构还有合规的红线。

对公募基金直播而言，持牌机构合规是生命线，要尽量避开所有的雷区。尤其是近期，部分公司直播带货，在踩线边缘进行“试探”，从内容来看，虽然基金公司直播时并未对特定产品进行主动推荐，不过有些公司在热场时发放的红包却可以抵扣指定基金的购买金额，这已引发了各界的关注。业内人士提示，发放红包不可与诱导基金销售挂钩，未来基金公司直播中，也应当注意其中的尺度，切勿踩上监管红线。

# 首只30倍基金横空出世 公募业绩显著分化

□本报记者 李惠敏

近期A股市场情绪亢奋。截至7月10日，今年以来上证综指上涨10.92%，深证成指和创业板指的涨幅分别达到31.07%、54.52%。大涨之下，基金也表现出色，表现最好的权益类基金一周净值涨幅超30%，更有30倍基金横空出世。

## 创出净值新高

7月以来的8个交易日中，大盘放量上攻，上证综指一度站上3400点。不少基金已创出净值新高，更有30倍基金首现。

Wind数据显示，截至7月10日，成立近16年的华夏大盘精选混合基金复权单位净值增长率达到3006.93%。作为首只成立来回报率超30倍的基金，华夏大盘精选混合成立于2004年8月11日，当前基金规模37.03亿元，截至7月10日，累计净值为21.6120元，最新单位净值为16.6720元，年化收益达24.08%。此外，嘉实增长和兴全趋势投资复权单位净值增长率分别为2424.19%和

2176.66%，回报率超20倍。

7月的8个交易日中，证券主题指数基金表现亮眼，领跑各类型主题基金。整体来看，截至7月10日，Wind数据显示，7月以来3591只（A/C份额合并计算）权益类（包括普通股股票型、偏股混合型、灵活配置型和平衡混合型）平均净值增长率为10.46%，净值增长率超20%的共有67只基金，位于10%-20%的有2132只。其中，排名前十的权益类基金均为证券指数基金，且净值增长率均超30%。

对于近期A股市场大涨，某公募基金经理认为主要有以下原因：一是市场高低估值板块估值分化，达到历史较高水平，存在估值收敛压力，低估值板块补涨拉动指数上涨；二是经济修复持续超预期；三是各类增量资金持续大幅入市；四是资本市场改革在7月进入全面加速阶段，成为推动券商以及全市场上涨的重要催化剂。

## 结构性行情仍是主旋律

不过，从今年以来的业绩表现看，在A股行业分化加大的大环境下，公募基金业绩

也出现了极致分化。Wind数据显示，截至7月10日，今年以来3291只权益类基金的平均净值增长率为30.39%，获正收益的有3229只，占比达98.12%，其中表现最好的净值增长率达86.76%，位列前十的均超82%。其中，创金合信医疗保健行业A、万家行业优选和融通医疗保健行业A位列前三，净值增长率分别为86.76%、86.27%和85.45%。值得注意的是，截至7月10日，今年以来权益类基金首尾业绩差超103个百分点。

展望下半年，国寿安保基金表示，结构性行情仍是三季度的主旋律。基本上，中高端制造业的利润增速明显更高，政策上资本市场改革在继续推进，相关板块将持续受益。在此环境下，三季度主要配置方向仍为中下游中高端制造的重要机会，大概率集中在电子通信制造、电力设备制造、新能源汽车产业链、汽车零部件等专业零部件制造，同时也可能进一步向下游细分领域扩散，关注传媒、计算机等行业的机会，其中短期半导体、消费电子、光伏设备等板块的弹性会更大。

## 新华社民族品牌指数连续16周跑赢上证综指

□本报记者 林荣华

在上周大盘放量强势上涨的背景下，新华社民族品牌指数周度大涨7.44%，连续16周跑赢上证综指，并又一次创下今年以来新高。截至7月10日，3月23日市场反弹以来新华社民族品牌指数上涨41.67%。

银行、地产等低估值板块在上周初表现强势后回调明显，公私募机构对市场风格是否向价值股切换仍存较大分歧。

## 多只成分股表现强势

上周市场再度放量大涨，上证指数大涨7.31%，深证成指上涨9.96%，创业板指上涨12.83%，沪深300指数上涨7.55%，新华社民族品牌指数上涨7.44%，继续创下今年以来新高。3月23日至7月10日，新华社民族品牌指数已经连续16周跑赢上证综指，这期间累计涨幅达到41.67%，同期上证综指涨幅为23.23%。

从成分股表现看，上周新华社民族品牌指数多只成分股跑赢沪深300指数。苏宁易购涨23.11%，江淮汽车涨21.55%，金杯汽车涨18.53%，一汽富维涨13.69%，赣锋锂业、贵州茅台、泸州老窖的涨幅也超过10%。

截至7月10日，4月以来金杯汽车涨134.67%，同样翻倍的还有江淮汽车，涨幅为121.33%。在此期间，五粮液上涨了82.11%，山西汾酒上涨72.38%，科沃斯、泸州老窖、今世缘的涨幅均超60%。

## 风格切换现分歧

板块方面，上周最受关注的是银行、地产等低估值板块的爆发，一度引发市场对于风格切换的讨论。不过，随后以创业板为代表的成长股后半周继续领跑，而银行、地产等板块则出现回调。目前，机构人士对于低估值和偏周期板块的看法存在较大分歧。

聚鸣投资认为，本轮迅速的风格切换，券商和地产的火爆行情大概率是以星期为周期的，不会拖得很长。核心驱动还是科技创新，主要产业方向仍是科技、医药、消费。保银资产也认为下半年5G建设、消费、新能源行业都会有不错的机会。

国寿安保基金表示，增量资金突然快速流入改变了股票市场基本大环境，但这只是一次短期的风格平衡化，不是明显的趋势切换。从短期来看，历史上在三季度初尤其是7月出现一些风格的回归几乎是必然的，从过去十余年的历史行情看，二季度单季度涨幅较大的个股在7月表现都比较一般，中位数普遍是负的涨幅，这说明经过半年时点机构调仓行为或短期估值差异过大后的修正比较常见。此外，2020年上半年风格也演绎得非常极致，低估值板块多数明显滞涨，估值分化达到极值附近需要修复。

上半年一直布局大金融的泊通投资认为，下半年的市场主线将集中在大金融和科技驱动。淡水泉投资也指出，近期市场情绪明显回暖，低估值板块补涨，前期表现明显落后的金融地产集体走高，说明市场已经启动了“价格发现”功能。三季度有望出现周期工业龙头公司的“业绩底”，偏周期方向的成长类机会是未来6-12个月最看好的方向。

## ■ 富国基金专栏

# 苦练内功，等待机会

下半年以来，A股市场突然变得火朝天，相比之下债券市场则略显落寞。5月以来，债券市场遭遇了较大的调整，各个期限和各类品种均未能幸免，十年期国债调整幅度约54bp，一年期国债调整幅度约108bp，五年期国债调整幅度约111bp。同时，信用债和可转债也遭遇了不同程度的下跌。受此影响，债券型基金普遍遭遇了一定程度的净值回撤。

近期债券市场的持续调整，主要受三个方面因素的影响。首先，国内经济出现了边际改善的迹象，而随着海外多国重启经济，进一步加强了国内经济向好的预期。其次，在风险最高的阶段过去后，为了防止资金在金融体系淤积，央行流动性投放边际

有所减弱，资金利率出现了较大幅度的上行。最后，A股市场赚钱效应的提升，提高了整体市场的风险偏好。

面对债券市场的剧烈波动，富国旗下债券基金较早地通过杠杆和久期等管理做出了积极应对，取得了相对较好的投资效果。站在当前的时点，似乎对债券市场无需太过悲观。一方面，前期大跌释放了部分风险，后续调整的压力有所减弱。另一方面，当前债券收益率有所回升，配置的价值明显修复。

当然，在A股市场火爆的背景下，债券市场较难受到追捧，资管机构能做的就是苦练内功，为风向再次转回债券市场做好准备。近年来，随着资管新规的推进，资管

产品的标准更加统一，各类机构在相同的平台“比拼”，扎扎实实提升自身的主动管理能力，中长期来看是能带来回报的。

举例来说，信用债的投资就非常考验综合能力。从现金流量表的角度来看，下半年“宽信用”仍是政策主基调，因而筹资性现金流问题不大，但不同发债主体的自身造血能力可能有很大的区别。自身造血能力强的企业，其经营性现金流将得到改善，偿付能力将更加坚实。而自身造血能力弱的企业，经营性现金流若持续恶化，也不排除出现违约的情况。资管机构不妨借此机会，加强对信用债的全面筛查。

经过多年的发展，富国基金搭建了完善的固定收益业务体系，专门设立了固定

收益策略研究部和信用研究部，为基金经理的决策提供依据和建议。凭借多年的深耕细作，富国基金固定收益产品体系完善，产品布局全面，类别划分精细。

其中，富国短债、富国国有企业债等产品专注于短期债领域，富国信用债、富国产业债等产品专注于中长期债券领域，富国天丰、富国天利、富国天盈等产品专注于一级债，富国稳健增强、富国收益增强等产品专注于二级债，富国可转债等产品则专注于转债，投资人可以根据自己的风险偏好进行选择。

