

招商基金：以创新实现业绩与规模双飞跃

□本报实习记者 黄丽

3年前，公司在行业内处于第28名，规模总共才500多亿元。这几年来，公司上下都憋足一口气，在发展中形成自我价值，同时保持招商基金的正气文化，有了这些，招商基金才取得了今天的成绩。”招商基金的一位人士向中国证券报记者坦言。

截至2014年9月30日，招商基金公募资产管理规模达到875.05亿元，在89家基金公司中位列第12名，公私募资管规模合计1500多亿元，在业内可跻身前十。此外，招商基金已经布局招商财富、招商香港国际业务子公司，逐步搭建出一个多元化、国际化、专业化的资产管理平台。在稳步前进的道路上，招商基金不忘创新，成为深受客户信赖的财富“管家”，其大资管的战略蓝图已徐徐展开。

弘扬正气文化 规模与业绩比翼齐飞

招商基金的大股东招商银行是国内领先的股份制商业银行，以零售业务见长，并在2014年加强了多条腿走路的战略，实行银行“一体两翼战略”。“一体”是指零售银行，“两翼”就是公司金融和同业金融。

作为招行的控股子公司，招商基金在“一体两翼”的战略指导下，积极与招行展开业务合作。在零售银行领域共同推出了“朝朝盈”，3个月时间规模突破140亿元；在对公和同业业务方面共同开发“小企业e家”平台，目前平台业务稳步增长。

据了解，在招商基金内部实行的是市场化机制，对员工有严格的考核机制。业内人士指出，“招商基金取得今天的成绩，靠的应该是文化和专业人才的结合。管理并不是很高深的东西，最重要的就是整个公司要有一种正气。”这种正气，就是让客户安心的力量，也是让公司健康成长的动力。

决定基金公司未来发展的核心因素是人才队伍的质量。从2011年开始，招商基金就将重点放在人才梯队建设上，对优秀人才进行重点培养，同时也通过合理的机制吸引外部优秀人才加盟，吕一凡、王忠波和唐祝益均是业内投资总监级别的优秀人才，他们的加入也增强了投研团队的实力。经过3年多的磨合，招商基金“以老带新”的人才梯队已经形成。

正是因为这股正气始终贯穿招商基金上下，经过对人才的锤炼，招商基金近3年业绩不菲。据统计，如今招商基金管理着42只共同基金，涵盖股票、被动、债券、货币、保本、封闭式、QDII等类型，实现公募产品全覆盖。

面对复杂的市场环境，招商基金除了规模逐年上升，亦兼顾了业绩和风险控制，旗下产品业绩也在稳健提升。根据晨星数据，记者整理发现：前三季度招商基金公募业绩位于行业前1/3，债券、保本基金的业绩位于行业前1/4，其中，权益类基金的业绩提升明显，整体处于前40%。

其中，招商行业领先和招商大盘蓝筹6个月均获得超过30%的收益。招商可转债从今年7月31日成立至11月13日已获得17.1%的收益，同类排名进入前十。招商基金旗下的首只保本基金招商安达保本基金自2011年9月1日成立至第一个保本期结束，所取得的绝对回报领先同期成立的第二名保本基金近5%，领先平均业绩超过一倍。过去3年，无论股债牛熊转换，招商安达保本均保持了业绩的长期稳健。晨星数据显示，该基金第一个保本期实现了29.30%的总回报率，远超同期沪深300指数的收益，同期保本基金中总回报率排名第一。

另外，招商基金管理的社保组合投资业绩居同类前列，多次获得社保理事会表扬。今年上半年，招商基金管理的所有年金组合加权收益率继续在18家年金管理人中保持领先。



心系客户利益 市场营销向财富管理转型

招商基金的营销团队一直都是战斗力极强的队伍，他们的理念就是三个“最合适”，即在最合适的时间，将最合适的产品卖给最合适的人。

今年9月，在安达保本一期创造了3年29.3%的优异表现下，招商基金顺势展开了安达保本的二期募集，新增规模近40亿元，目前也持续创造正收益。根据研究，他们认为三季度股票市场有望表现强势，于是在7月份就开始向客户重点推荐招商旗下的股票型基金，同样为投资者带来了较好收益。例如招商行业领先股票型基金，截至11月4日，该产品最近6个月上涨34.16%。在最佳投资时点将赚钱的机会推荐给适合

该产品的客户，这就是招商基金以客户为中心、为客户赚钱为己任的理念。

市场上有一种观点认为，不管卖的是哪种产品，只要我把这是萝卜还是青菜说清楚了，投资者买了，从此就没有基金公司的事了。但是，招商基金并不这样认为。他们认为，基金公司的责任不止于此。基金公司不是把产品卖出去就结束了，他们还要做的是，用自己的专业帮助投资者实现真正的财富管理。

事实上，招商基金正在为向财富管理转型不断努力。2012年招商基金就设立了投资组合经理这一职位，专门衔接投研与市场营销部门。今年年初由投资组合经理运营的财富管理投资组

合“超越号”在公司内部推出，截至10月末，该组合已获得超过20%的净收益。目前，招商基金正在尝试将该组合推向渠道和客户，将来可能还会以财富管理小组的形式去完善产品线和服务团队。该组合自上而下优选标的，同时为客户选择适当投资时点申购或赎回基金、把握投资时机、规避投资风险提供参考，摆脱了传统基金销售只管买不管卖的情况，完全从客户资产配置的角度出发，帮助客户规避风险，实现财富增值。

12年来的尽心，投资者不会视而不见。2010年至今，招商基金曾有5只产品出现了一日售罄的“日光基”神话，也创造了多次不借助营销材料实现基金“裸发”

的成功案例。

据中国证券报记者了解，为了满足互联网时代投资者的新要求，招商基金于今年年中成立了互联网金融发展部，在对接大型互联网平台的同时，电商部门也积极地布局其他传统渠道，目前主要的平台有通联、各城商行及淘宝等。同时，公司也积极投入微信、APP、官网等平台的迭代和搭建，尽量为投资者提供便捷高效的服务平台。

最为成功的案例当属2014年6月推出的“朝朝盈”平台。在过去短短5个多月的时间里，该产品已经过数轮迭代，各项功能和客户体验均已成熟，3个多月时间即突破140亿元，这就是传统金融行业中互联网思维的最佳体现。

强化专业稳健 风控和创新两手都要硬

近年来，招商基金的创新业务在业内影响十分显著，但给投资者印象最为深刻的，仍然莫过于招商基金著名的风控，也正是由于严格的风控才树立了招商基金稳健的专业印象。

招商基金在努力创新的同时，从不忘风控，日常管理中必须体现风控的绝对权威，实行“一票否决”制度。再好的项目，没有通过风控部门，坚决不能上马。必须两手都要硬，结合起来才是招商稳健又带有创新的独特风格。

2014年初，招商基金做出业内少有的尝试，打破严格的业务限制，调整管理架构，形成了全业务类型及链条的7个投资小组。招商基金市场部人士向记者表示，

在小组制管理下，投资团队决策效率明显提高，团队间形成合作与竞争协调并进的氛围，也涌现出不少优秀的基金产品。

记者注意到，招商基金旗下基金业绩整体提升十分明显，其中招商行业领先和大盘蓝筹今年以来业绩表现堪称优异。

除了在管理模式上大刀阔斧的创新，招商基金在业务方面也敢为人先。今年为业内瞩目的是整合资源成立的全球量化投资部，建成了境内首个跨境套利平台。该平台的创立可谓开启了业内量化对冲平台先河，为业内跨境量化对冲做出了有益的探索。该平台创立不到一年时间，已累计发行50多只产品，规模也达到40多亿

元，堪称基金业内一次成功的创新。

在产品创新方面，招商基金表现也十分亮眼。例如，今年10月份，招商基金对原有的场内货币基金招商保证金快线进行升级改造，使之变成在深交所上市交易的货币ETF，该产品采用了场内申赎与场内上市交易的双层运作机制，为资金赎回或卖出T+0实时可用提供了更多一层通道，大大提高了场内闲置资金的流动性。10月20日，该产品正式登陆深交所上市交易，并同时开放日常申购赎回。上市后招商快线交投活跃，体现出作为货币ETF产品的良好流动性。

除了国内母公司的业务，招

商基金的资管战略已经布局到海外和其他更广阔的领域。2013年初，为顺应大资管时代的业务发展，招商基金成立了招商财富和招商香港两个子公司，已初步建立了基金、类信托、国际业务多平台联动的运作模式。据中国证券报记者了解，招商财富成立以来，在迅速做大业务规模的同时，主动管理业务也快速拓展，提升较快。招商财富已与国内大中型金融及地产机构展开深度合作，存续规模稳居行业前列。招商香港则是境外的国际业务平台，为海外布局积累了可贵的投资经验。