

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就。”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就,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近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。

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销售部门。今年年初由投资组合经理运营的财富管理投资组

心系客户利益 市场营销向财富管理转型

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,也正是因为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。