



猛发股票基金 提高业绩基准

基金公司憧憬“风继续吹”

□本报记者 田露

发行大胆“投奔股市”

“你不让我，我不让你，都开满了花赶趟儿”——没错，这版《春》之散文也可以借用来描述正在转暖的基金发行市场。借着这轮远远超出大多数人预期的牛市东风，基金公司推出基金产品的速度也是急急切切，更重要的是，他们的目光瞄准的都是A股或新三板这样的风险市场。

“整个1月都是疯狂卖基金模式。我们一只基金第三方销量刚从3000万卖到5000万，转眼就从5000万又到了1亿，收官时这边已卖出1.39亿，满满都是感动！没有时间犹豫，新的基金首发又来了。之前我们有只股票型基金最近6个月的收益是21%，现在原班人马打造这只新股基，20亿上限闪电发售，目测又将是一只提前结束募集的爆款新品，朋友圈里有兴趣的，我都呼吁赶紧来抢。”这是近来某基金公司一位市场人士透露的情况。

而记者从多方打听的消息是：多家基金公司均有意扩充2015年的基金发行计划，有业内人士更透露：南方某小型基金公司打算一口气在年内发行30余只基金产品。他指出，虽然这家公司情况较为特殊，但至少也说明了全行业的热情。

“认购费都是银行的，管理费还要给银行抽成，基金公司每发行一只基金都是有成本的。以前为了压缩开支与成本，有的基金公司一般的基金产品都不太发了，但现在势头明显变了。”他说道。

上海某银行背景的中型基金公司，近年来艰苦奋战扭转亏损，随着财务状况的好转和牛市暖风阵阵袭来，公司的经营战略也开始调整。

“对，就是多发几只产品，而且会更偏向权益类。”该公司人士在交流中明确告诉记者。

向股票型、混合型、指数型等基金产品的转向，似乎已成为目前基金行业的一道风景线，而在一两年前，普遍流行的还是对之前过分倚重权益类产品的反思，“拓展固定收益产品线，加快向综合性财富管理机构转型”成了很多基金公司的口号，为此，对固定收益产品投资、研究人才的招揽也十分热烈。

“股市热闹起来后，原先的这些口号也喊得没那么响亮了。可以理解，因为去年11月以来的A股行情发展远远超过包括机构在内的各家预期。总体来看，我们还是认为A股这一两年或为中国人口红利终结前的最后一次大级别牛市，虽然中间会有反复的波动曲折，但向上的空间还在，而且大盘蓝筹股票中的一些板块，上升幅度可能远远超过指数。在这样的大势面前，相信少有几家基金公司会坐等机会错过的。”有业内人士点评道。

近期A股市场“牛气”受挫，拉动指数上扬的权重股或下降或盘整，两市成交量也不断萎缩，往日热火朝天的情景似乎告一段落。不少市场人士断言：流动性驱动的A股牛市已经结束，接下来是存量资金博弈的时代。

不过，尽管目前市场气氛趋于谨慎，但据记者了解，包括基金公司在内的各路机构并没有就此打算在投资上收缩战线，相反，他们展望的是一场至少一两年的大牛市，为此，短期的波动与调整对于已经偏向积极的经营战略影响不大，多数公司此时顾虑的不是“高位建仓”，而是“错过良机”。

从调转车头积极布局权益类产品，到提高基金产品的业绩比较基准，再到全面增加经营开支，大力招揽人才——显然，基金行业整体对于未来几年有着美好憧憬，风险偏好也在不断放大。

抬高业绩基准 放大风险偏好

去年上证综指的上涨幅度超过50%，能实质上跑赢指数的基金产品并不多。牛市的到来震惊了全市场，牛市所提供的收益率也震撼了很多基金客户。

“我们的期货对冲专户产品，2013年的收益率在10%时，客户还相当满意，现在可不一样了，人家会和股市比，越看越不满。其实，不管什么样的客户，对于投资收益的期望值，都一样是水涨船高的。”两周前，某基金公司的副总在总结2014年业务发展时，有这样复杂的感叹。而据记者从有关渠道获知，以前上述业务被这家公司当做业务支柱之一，但目前向何方深入，公司

高层却已摆下不表了。估计，日渐清淡的市场已使其深入发展面临较大阻力，公司也有意聚焦到其他业务上去。

“除了主板，还有新三板，各公司都在争先恐后发行此类专户产品，业内预计都是两年三倍的回报。这样的产品根本不用兜售，不是提前预约就是被客户‘秒杀’。”一位对相关情况较为了解的人士对记者透露。他表示，一方面，基金客户对于产品回报的胃口被大大吊起；另一方面，基金公司也在竭力布局风险相对更高的业务，以前对于货币基金、债券基金等低风险、低回报产品，乃至期货对冲等中性产品的热情，转眼间似乎都被“打入冷宫”。

以分级基金产品为例，就在两年前，大部分分级基金都还是“票房毒药”，B端亏损连连，二级市场交易清淡，基金本身的规模也不断走低。有分析人士认为，分级基金基础份额往往是指数型的，本身风险不小，再运用上杠杆，导致B端份额风险放大，遇上熊市，这就是一枚“杀伤力”巨大的利刃，曾让一些试水的投资者痛悔不已。但去年最后两个月，分级基金涨幅巨大，狂飙突进，为相关基金公司的分级基金产品带来绝好机遇。业内人士透露，分级基金中的个别热门品种，在半年时间之内，规模已暴增近百倍。

分级基金的绚丽火花引起不少基金公司觊觎。实际上，继申万菱信基金此次“黑马”般地崛起之后，不少基金公司已有意跟进跑马圈地。记者获悉，上海某家大型基金公司副总南下到另一家基金公司履新后，已决意复制业内几家公司分级基金领域的成果，潜心钻研，积聚火力，志在将分级基金做成自家的拳头产品。

“我们也眼红，但我们开会研究过，这里面要做的基础性工作太多，我们实力还不具备，所以选择放弃。”谈起此业务，另一家中小基金公司的副总不无遗憾地表示。

各家公司之所以对分级基金兴趣大增，真实原因还在于，二级市场的狂热能带来一级市场份额的增长，而前者的狂热显然因B份额节节攀升的净值所驱动。如是来看，牛市之下，往日平淡稳定的收益已很难挽留住基金客户的心。为此，一些基金公司也特意提高了新发基金的业绩比较基准，以增强在发行时的吸引力。

“我注意到，现在一些股票型、混合型基金的业绩比较基准算下来，已达到7%、8%左右了，而在从前，5%、6%就已经算很不错了，所以这对于基金管理人在投资管理上的挑战就更大了。”有位基金公司市场总监透露了最近业内动态。不过，他也表示，去年不少权益类基金虽然没有跑赢大盘，但20%、30%的收益也不罕见，提高业绩比较基准正是基于对牛市“风继续吹”的信心。

扩支增员 顺应景气周期

随着经营上出现较为重要的调整，各公司的新年预算也呈现明显增幅。上海一家银行系基金公司负责人就告诉中国证券报记者，他们将显著加大在权益类基金营销推广和第三方销售上的开支，此外也在考虑招聘新员工。

“现在招人的口子松了，老总想的是趁热打铁把几个热门产品的市场做起来，对人才成本也就不那么斤斤计较了。”另一家基金公司的人士也透露。

而1月初，记者所采访的一位基金公司副总也曾豪气地放出一句话：大力招人！他同时自豪地表示，基于2014年各业务部门的良好业绩，公司将大手笔激励优秀员工。

“我们的激励机制很明确，按照目前的业绩提成，2014年全年，公司里有好几位员工的年度总收入都将超过我们高管。这样他们开心，我们也相信不会留不住人。”

2015年在一片欢欣鼓舞之中走来。农历春节临近，也是许多基金公司召开年会，总结与筹划未来的时刻。对于一些从业年限较长、资历颇深的基金业人士而言，却总能在胜景中看到危机，在景气高点时预留一手。

“我们公司内部，以及一些同业交流后认为，在未来三年左右，中国经济可能走入明显的通缩，那时候就是资产价格下行的时候，相信对股市也有一定的影响。所以，要努力抓住这一波牛市，也就是多赚点钱，打响点市场影响力，将公司的基础在行业景气高点时打牢。”沪上一家资产规模正在向“中型”迈进的基金公司副总在接受记者采访时说。

“具体到一些业务上面，我们既要大胆进取，也要谨慎行事。比如在定增业务方面，当市场在1800点—2000点时，我们认为参与定向增发非常安全，将来的收益空间也会相当诱人，我们也会大力推动客户资金参与；但当市场走到目前点位，我们就觉得，或许可以再看一看，或者发一些投资多家公司定增的专户产品，而不是押宝一两家公司，这样风险就会小很多。”这位副总道。

业内人士分析指出，类似的担忧不无道理，目前基金行业基本是“牛市”思维，一改过去发行低风险产品、减员增效的经营策略，在产品布局、产品投资领域、杠杆使用、业绩预期乃至费用支出的方方面面，都不同程度地放大了风险偏好。当股市仍然在“牛市”轨道运行时，这样的选择毋庸置疑。不过，若不考虑到中长期的经济发展态势和市场方向，在一些风险较高的业务领域蜂拥而上，或是摊子铺得过大，战线过长，则有可能给一些基金公司未来的稳定发展埋下一定的风险隐患。