

王家俊:公募与创新业务并举

□本报记者 田露



王家俊,中山大学高级工商管理硕士,18年的银行、证券、基金从业经历。历任东方证券营业部市场部经理、汇添富基金南方分公司总经理、华东分公司总经理兼全国渠道销售总监。2011年加入财通基金,担任公司副总经理。

掘金新三板具有先天优势

中国证券报:财通基金今年将力推投向新三板业务的专户产品?

王家俊:我们认为,新三板将是中国证券市场和资本市场未来最具吸引力的投资领域,因为新三板的价值会随着它的流动性和市场认知度的提高而整体提升。以2014年拥有做市商且质地优秀的20多家新三板公司来看,如果把它们编制成一个投资指数的话,去年这个指数就已经翻倍了。新三板现在1500多家公司,可能有1000家公司相对平庸,但至少也有500家是可以去琢磨的。

中国证券报:你们为什么决定进军这个领域?

王家俊:因为相比其他基金公司,我们做新三板业务有一个天然的优势:我们在做完这么多定增项目之后,公司天然地和投行、PE走得很近,因为做定增的前端就是并购和重组,而并购和重组的另外一个旁支就是新三板。很多公司要么就是被并购重组,要么就是上了新三板。现在业内普遍认为,新三板将有一个整体的估值提升过程,不少新三板公司现在才5到6倍的估值,而创业板有60倍,如果把好的投资标的挑选出来,它一

定会上涨,而且不排除是两年三倍的暴利机会。所以这方面我觉得一定要关注,现在唯一缺憾的是新三板体量还不小。

中国证券报:公司已经有动作了吗?

王家俊:目前我们首批专门投资新三板的专户产品已经募集结束,今年我们还会陆续推进,大概每个月发一至两个同类产品,但我们不想把规模做得太大,因为没那么快找到又好又便宜的投资标的。

我们公司的特点就是:盯着一块业务,做深做透,做成业内翘楚。2012年我们做期货业务,2013年、2014年又做定增业务,我们都做成了业内头名。新三板业务是我们今年的重点之一,我们希望在这个领域也成为公募基金中的佼佼者。

总之,我们将持续坚持特色化经营,把握市场的脉搏与需求,为投资者带来财富增长。今年从新三板到并购基金,我们可能都会涉及,我们的脚步将从二级市场过渡到一级半,甚至是一级市场,把“鱼”吃深吃透。我一直强调,当机会来临的时候,可能是丑陋复杂而看不清的,但不能因此而放过它。

借牛市东风发力公募业务

中国证券报:为什么又提出要在公募基金上发力?

王家俊:以前我说过,基金公司的核心是创新能力和投资能力。创新方面我们已经喝了不少“头啖汤”,投资能力则要体现在公募业务方面,而且这波股市行情我们认为可能是中级行情,没那么快结束。市场好的时候必须发力公募业务,今年我们已经筹备了多只偏股型的公募产品,会主动加大在权益类资产上的配置。

其实2014年财通可持续发展股票型基金全年投资回报超过了60%,在全市场排名第七,这对于财通这样一家新基金公司来说,也是不容易的,说明我们的规模和业绩在同步增长。另一方面,也意味着,我们在做特色化业务的同时,传统的二级市场投资也不弱。银河证券在评价2014年主动管理型基金的投资能力时,财通基金在权益类中排第三,固定收益类则排在第十。明年我们的首要目标,就是在公募产品规模上有一个大幅度的增长,做出有特色、业绩好的产品。

中国证券报:公募基金投资人才流失较为严重,财通基金怎样留住人才?

王家俊:投资能力在财通基金没什么门派之分,不管你是价值型还是成长型,是自上而下还是自下而上,我们就是一句话:业绩为王。基金经理的业绩排名长期过于靠后,是我们

无法接受的,而对于优秀的员工,我们的激励将非常实在。举个例子,2014年从投资到业务部门,按照业绩奖励的提取规则,将有数位公司员工的年度总收入超过我们高管。在财通基金的文化中,公司就是要鼓励优秀的人员比领导拿得多,公司会在力所能及的情况下嘉奖有突出贡献的员工。事实上,在财通基金内部,并非是依靠待遇的提升来刺激员工加倍努力,而是大家的共同努力,取得了良好的结果,而这一结果又反哺到这群人身上来,从而实现了一个正向的激励过程。在这种文化观下,即使面对大批公募精英奔私的大潮,财通基金也并未出现其他基金公司那样的人才窘境。

中国证券报:近年来走特色化经营路线的基金公司似乎越来越多,一些公司的特色产品运作相当成功,在市场上引起强烈关注。你们是否认同这样的发展路线?

王家俊:我觉得这是一个很好的发展趋势,这样的选择非常正确。但每一家公司的成功,都不是那么简单那么容易的事情,他们在特色产品上的布局和思考,都是深谋远虑的。而且,从产品到投资再到市场,都是一连串的运作的结果,还要付出大量的资源。后来跟风的公司,很难再超越他们。所以大家只能拼实力,拼特色化的服务,形成各自的“护城河”。

定增业务爆发性增长

中国证券报:财通基金2014年的资产规模成倍增长,其中定增类业务的贡献很大,具体有哪些方面的成绩?

王家俊:至2014年底,我们公司的资产规模已达500多亿元,相比2013年底170多亿元的资产规模增长了3倍。特别是产品发行方面,2014年全年新发产品376只(包括专户),平均不到1天就成立1只新产品,相比前两年,的确是以爆发性的速度在增长,仅第四季度之内,我们成立的专户产品就达到了140多个,数量远超同业。其中,定增类业务的确做出了很大的贡献,累计参与的定增规模突破350亿元,成功中标157个定增项目,几乎每天都在报价和准备报价。

定增业务的平台优势具有滚雪球效应,吸引了包括券商、私募基金、PE/VC基金、保险、信托、财务公司等在内的各类型机构客户开展战略合作,由于具有了规模优势和资源优势,我们也就有能力打造真正意义上的定增组合投资。例如,我们会将一只定增专户产品分散投资到8-10只定增股票中,整个定增组合既覆盖大折扣的大盘股,也有高弹性的成长股,从而平滑了个股风险。这样的平台优势很难被模仿,所以我们的产品含金量很高,管理费也收得比较高,一些产品的业绩报酬也很值得期待。

中国证券报:为什么公司的定增业务在2014年能够获得爆发性增长?

王家俊:我觉得这是我们慢慢积累的结果,从品牌、业绩,到市场影响力,都逐步到位了。2013年,我们参与的定增项目一年到期解禁的平均盈利是57%,定增的赚钱效应逐步显现,不少客户开始认可我们。截至目前,购买我们公司产品100万元金额以上的VIP客户已经超过一万人,而与我们合作的机构客户也已有200多家了。当我们的客户基数增加后,我们就有足够的资金很从容地去覆盖市场上所有的定增项目。此外,我们在定增业务上也已经做深做透,成为全市场最大的买家,与上市公司、主流券商研究所以及投行保持密切联系,这种优势并不是短期能够建立的。

在工作过程中,一些机构和个人强

烈的理财愿望给我留下了非常深刻的印象,这也说明,我们的资产管理行业才刚刚起步,后续发展空间巨大。

中国证券报:其他公司的专户甚至是公募部门也想抢滩定增业务,你们拿什么抵御外界的竞争?

王家俊:首先谈谈拿到定增投资标的的能力:我们2014年投资了108个定向增发的股票,这还仅是一年期定增项目的统计。所以我们的定增组合产品应该说在投资上已经做到相当分散了,这就大大降低了投资风险。而且定增业务在筛选投资标的时,要求的技术含量也非常高。我们会依据客户的特点来进行选择,比如在银行发的产品,它的风险等级要低一点,配置的股票要以安全、中等收益、中等风险的配置为主;如果面对的是私募、财务公司、上市公司等机构客户,则可以更高风险配置。我们以往的选择面已经很宽泛,而目前公布定增预案的公司又达到700多家,2015年的选择面会更宽。

同时,大家也能发现,当定增公司给出的发行折价较高时,市场上有时存在恶性竞争,但我们对此有丰富的经验、高效的流程和灵活机动的措施来应对。可以说,我们真的在定增市场上做到了方方面面“门儿清”,很多客户选择我们,也是认准我们是属于经验最丰富,同时又对客户特别真诚的合作伙伴。

中国证券报:目前股市指数点位已经不低,2015年定增市场还有机会吗?

王家俊:第一,从趋势上,我们仍然看好2015年,尤其是市场中结构性的机会;第二,在已公布的700多家公司的定增预案中,与并购重组有关的占了半数左右,这与前两年的情形不一样,尤其是与国企改革相关的股票和大盘股的比例提升了,而且此类公司在定增时,价格折扣还很大,意味着只要能参与进去,浮盈就会很丰厚。可以看到,这类公司的资金门槛较高,像天津海运这样的大盘股一份的参与门槛就是18亿元。但现在资金对我们已经不是问题,我们的优势在显露。这样来看,2015年依然有一些好的机会,而且机会总是留给有准备的人的。

刚刚过去的2014

年是财通基金的“爆发之年”,定增等专户创新业务如野火春风般繁茂生长,产品的数量、规模在四个季度中不断扩张;在公募基金方面,也有一些产品凭着骄人业绩“杀出重围”。这家“人人几乎小跑着做业务”的基金公司,通过近年来的辛苦努力,终于等到了收获季节。

财通基金副总经理王家俊表示,全面提升的资产规模为公司2015年的经营发展奠定了良好基础,随着特色化业务锋芒日渐显露,财通基金在金融业内的影响力也日益增强。财通基金2015年要借着牛市东风,将公募基金业务与定增、新三板等创新业务并举,牢牢抓住迎面而来的市场机遇。