



## 广发基金管理有限公司

## 林传辉:谋定而后动 稳健而远行

□本报记者 常仙鹤

## 不赶热闹,布局服从大战略

自2003年8月成立以来,广发基金已走过13个年头,而从2005年开始,广发基金的资产规模与管理水平就一直稳居行业前列。林传辉曾多次说:“广发基金在公司经营上始终秉持一个理念:没有准备好的先不做,准备好了再做,要做就要做好。”在业内看来,正是在这样的理念感召下,广发基金这只大船才能平稳航行。

2015年上半年股市最红火的时候,广发基金并没有跟随市场风潮发行主动管理的权益类产品,却选择布局一批行业ETF产品。相比彼时主动权益类基金动辄上百亿的募集规模,行业ETF的规模只有几亿至十几亿,外界人士乃至公司内部人士均大为不解。

“几年前就想好的事情,不会因为短期市场热点而跟风布局新产品。”林传辉说,过去多次牛熊转换的教训是,当市场进入过度炒作时,往往距离行情结束已不远。如果公司追随市场热点上报新产品,等产品批下来,“风”已经停了,还不如老老实实按照既定规划推进产品布局。据了解,广发基金早在4年前就确定完备产品提供商的战略定位,因此2015年也按照既定战略丰富底层工具和策略布局,发行了一批跟踪不同行业和主题的被动产品。

资料显示,作为综合型基金管理公司,广发基金在过去几年打造了行业最全的ETF产品线,仅跟踪国内市场的被动产品就有25只,产品线不仅涵盖沪深300、中证500、中小板等宽基指数,还包括全部一级行业指数以及养老、环保等主题指数及百发100策略指数。这些被动产品大多以ETF及其联接基金方式布局,为机构投资者把握行业轮动、板块轮动提供了良好的投资标的。

事实上,广发基金并不是第一次经受市场的“诱惑”,也并不是第一次在取舍之间做出抉择。2005年上证指数跌到900多点,低风险基金大行其道,中短债基金成为弱市的一匹“黑马”,相关基金首发募集规模达到100多亿,而广发小盘成长首发募集规模仅有十几亿,有同事看到这一幕很着急,多次建议公司发行中短债基金,而林传辉认为公司当时在固收领域既不熟悉也缺乏人才,短期内不跟风布局中短债基金。后来事实也证明,中短债因不适应市场需求风光不再并纷纷转型退出。

2007年,多家大型基金公司纷纷上报QDII产品,首批QDII产品更是创下天量发行纪录,广发基金同样没有跟风仓促上马。直到2008年金融危机后,市场回归理性,广发基金才开始筹备QDII产品的发行。2010年8月,广发基金推出旗下第一只主动管理的QDII基金。Wind统计显示,自2011年5月28日至2016年5月27日,广发全球精选5年累计收益率为54.25%,在所有主动管理的QDII基金中名列第一。

记者注意到,自成立以来发展至今,广发基金不曾因为错过某种业务一朝一夕的爆发而掉队,相反,在求真务实的业务发展理念指导下,广发基金在股票、债券、QDII、量化等领域均取得出色成绩。

据银河证券数据显示,截至2015年末,广发基金主动管理的权益类产品最近一年和最近三年的算术平均收益率为52.25%和93.42%;主动管理的债券类产品最近一年和最近三年的算术平均收益率为16.81%和28.26%,在前十大基金公司中分别排名第1位和第8位;QDII基金表现尤其出色,最近一年和最近三年的算术平均收益率分别为7.31%和50.72%,分别在所有基金公司中名列第2位和第1位。

“看准再做,不熟悉的慢慢做,做就要好做。”这是广发基金总经理林传辉经常说的一句话,也是广发基金十多年来稳扎稳打、求真务实风格的真实写照。十多年间,波诡云谲的资本市场,从热闹喧嚣到烟花易冷几经轮回,广发基金一路走来,始终选择坚守理性,谋定后动,稳健而远行。

截至2015年年底,广发基金公募资产管理规模已连续十年稳居行业前10名,相比2005年,管理规模增长35倍至3300亿元。2015年,广发基金旗下22只主动管理的权益类基金算术平均收益率为52.25%,在前十大基金公司中位列第6位;旗下7只主动管理的债券基金算术平均收益率为17.59%,在前十大基金公司中位列榜首。2015年,广发基金凭借综合实力,第五次斩获“金牛基金管理公司”的荣誉。

凭借深厚的沉淀,面对新经济、新常态下的市场环境,林传辉指出,广发基金将积极拥抱新资产、新策略、新市场,以变革创新谋求发展。广发基金将以量化对冲、资产证券化等另类投资、国际投资等业务为抓手,不断提升多元化管理水平,锻造全天候投资能力,满足市场不断丰富的投资需求。



## 与时俱进,变革保持活力

在前十大基金管理公司中,广发基金的人才队伍以稳定著称。其中高层管理人员的平均司龄达到8年,从投资、研究到中后台人员均相对稳定,离职率在业内一直处于较低水平。林传辉认为其中的原因在于,广发基金坚持内部培养机制,强调团队精神,形成了协同合作、共同成长的文化氛围。

近年来“人才荒”的问题日渐成为基金公司发展的掣肘因素。Wind数据统计显示,截至2016年一季度,在中国基金业协会注册的基金经理共有1352名,而公募基金产品数量达到2899只,平均每个人要管两只基金,而实际上,明星基金经理的负担更重。与此同时,私募基金的制度优势也频频吸引公募基金人才外流,倒

逼公募基金的人才激励制度不断完善。

“我们在公司十几年的文化积淀基础上,对激励机制做了一些改良,更为市场化,偏向一线骨干和优秀人才,但并没有照搬一些基金公司事业部制的做法。同时,在文化积淀上也做了一些提升,更加强调团队互相支持。”林传辉直言,公司欣赏明星基金经理等优秀人才,但同时也强调团队合作,强调企业文化,强调人才的自主培养。他认为,公募基金属于智力密集型行业,相比其他的资产管理公司仍然有其自身的平台和制度优势。

“广发基金鼓励人才发挥个性化投资能力。”林传辉进一步介绍,当前公募基金产品存在同质化问题,随着经济步入结构转型期,向新

资产、新策略、新市场求变,成为基金公司发展的重要选择。基金公司培育人才的思路也必须打开,在传统股票投资能力的基础上,广发基金近年来尤为重视引进具备新策略、新工具投资能力的人才。

为了便于管理和发挥各类投资的长处,广发基金在内部架构上进行了调整,对投资部门进行更细化的划分,包括权益投资、固定收益、国际业务、数量投资、量化投资、数据策略投资及另类投资。以量化业务为例,早在2011年,广发基金就从海外引进量化对冲人才,积累了一系列绝对收益策略,并形成一套量化团队管理办法。如今,旗下量化产品展现出业绩长期稳定、规模持续增长的突出优势,走在行业前列。

## 多策略并行,打造全天候资产管理公司

从第一家基金公司成立到现在,公募行业已经走过18个年头。而作为第三批设立、第30家成立的基金管理公司,广发基金在过去十年凸显高速成长的发展态势。提及未来的发展愿景,林传辉多次谈到,将打造“具备多元投资能力、有资产配置能力的综合型资产管理公司”。

“广发基金旗下公募规模的增长,是分享行业快速发展的成果。”林传辉说,过去十年,基金行业处于快速发展期,基金公司管理的资产规模均出现大幅增长。同时,由于较好的投资收益,基金成为居民重要的理财方式。Wind统计显示,截至2016年3月31日,成立满10年的主动权益基金平均累计收益率为446%。其中有三成产品的累计收益率在500%以上。成立满5年和满3年的主动权益基金,平均累计收益率分别为102%、92.2%,四成产品的累计收益率在300%以上。

然而,靓丽的业绩属于过去,站在经济结构转型的当下,基金管理公司在践行持有人资产保值增值责任时,面临更多的挑战。这种挑战

一方面表现在,伴随着居民财富的积累,投资者的资产配置需求更为多元化,但基金公司的投资能力主要集中在股票、债券市场。另一方面则体现为公募基金产品的业绩波动较大,策略局限导致避险能力不足。

今年以来不同资产的差异化表现,就凸显了资产配置的重要性。“今年上半年股债类基金表现低迷,但黄金类主题基金仍然有不错的收益,如果配置大宗商品收益会更好。”林传辉表示,不同资产在不同时期的收益会有明显差异,如果投资能力不够丰富,就会错失良机。

而经济增长动力的转变,也对资产管理行业带来较大影响。林传辉指出,过去30年,经济高速增长,公募基金行业通过基本面选股策略分享企业成长的红利。但当前经济增长进入换挡期,只靠单一基本面研究的投资方式来进行投资,已经越来越难。于是,锻造全天候投资能力,成为每一家优秀基金公司追求的目标,广发基金也在朝这个目标努力。截至今年一季度末,广发基金旗下公募基金数量达到94只,涵盖主

动权益、被动指数、大数据、量化对冲、QDII等完善产品线,其中ETF产品11只,被誉为业内最全的行业ETF提供商、海外被动产品最全的产品提供商。

在大类资产配置方面,2015年年中,广发基金率先在业内成立了资产配置小组,成员由权益、债券、量化、另类投资和宏观策略等优秀的投资人才组成。资产配置小组的设立,意在锻造广发基金的大类配置能力,为机构和个人提供资产配置方案、投资顾问服务等。

林传辉总结表示,广发基金的目标是打造大类资产配置平台。“目前我们的底层资产布局初步形成,但在大宗商品、PE、资产证券化等另类资产的培育仍处于起步阶段。同时,公司国际化的进程还在延续,从外延上还没有走完。另一方面,公司的资产配置能力还处在不断提升的过程中。”随着底层资产逐步完备,各类资产的投资能力逐步提升,资产配置能力增强,广发基金未来有望成为一家具备全天候投资能力的综合型资产管理公司。