

李鑫:打造次新公司弯道超车的实力

□本报记者 徐文擎



李鑫,国际关系学院经济学学士,对外经济贸易大学在职研究生,从事证券业16年。历任湘财证券营业部总经理,泰达荷银基金管理有限公司市场营销部总经理,汇添富基金管理有限公司专户部总监、机构部总监,上银基金管理有限公司市场总监,现任北信瑞丰基金管理有限公司副总经理。

2017年将是公司的量化元年

量化,这个技术含量很高的名词在过去一两年快速地在资管圈风靡起来,其所展现的稳健收益、风险可控等特点,与多数基金公司所追求的目标不谋而合。李鑫表示,2017年将是公司的量化元年。而让公募量化产品在银行像保险理财产品一样受到欢迎,则是他们的目标。

中国证券报:为什么将2017年定为公司的量化元年?

李鑫:现在是做量化最好的时机,最主要的原因是无风险收益率下行,比如以信托为首的固定收益类产品收益率下行,将使量化这种类固定收益产品得到更多的市场关注。俗话说,“赶早不如赶巧”,量化产品如果太早出现,基民的接受程度可能会受到一定限制。因此,我们选在今年,将量化定为公司下一步大力发展和突破的方向,希望通过几年的努力,使它能和定增业务一样,成为我们弯道超车的有效途径。

我们注意到,保险类产品在银行端往往总是处于被秒杀的状态,是因为它的固收类性质非常明显。未来量化基金中也会出现这种特性非常强的产品,每年提供稳定的如6%左右的收益,且策略成熟,能承担较大的资金规模,也会在银行端受到欢迎,国际上已有太多的实例证明了这点。让公募量化产品在银行像保险理财产品一样受到欢迎,是我们努力的目标。

但是,由于量化基金本身策略的复杂性,不易被普通受众所理解,这类产品的普及更需要历史的沉淀和时间的推移,最关键的是靠产品的历史业绩去取得基民们的信任和认可。这类类似于最早卖货币基金的情形,和基民讲货币基金的投资标的、操作周期等,很难被完全理解,但当余额宝这一历史性的产物出现,基民才会真正水到渠成地理解和接受。我们认为,量化基金在未来,有可能实现这样的普及程度,但

需要较长时间的投资者教育和爆款产品的问世。

中国证券报:目前主要采取哪些形式来组建量化团队?

李鑫:目前主要以自建团队为主,从市场上挖了数位具有资深量化经验的人员加入并领导量化投研团队的建立。在此基础上,再考虑邀请外部顶级的量化团队,以事业部的方式来建立战略合作的关系。另外,我们利用近水楼台的优势,已与中国人民大学这类顶级学府的量化研究所建立产研合作关系,适时吸收其中的优秀力量进入我们的团队。

量化团队目前在公司投研人员的占比达到1/5的水平,未来希望达到1/3的占比。坦率地说,次新基金公司和老牌基金公司在传统业务上相比并不占优势,要想实现弯道超车,只能在一些新兴领域深耕细作,我们希望通过数年的努力,使我们的量化业务实力,能做到和我们的定增业务实力一样优秀。

中国证券报:还有哪些规划?

李鑫:除上述布局外,我们也将根据市场特点,调整对打新产品的策略重点。我们关注到,去年四季度以来,随着新股收益率的下滑,打新产品也面临着一定压力。对于我们而言,我们不会对这类产品有过多博取收益的期许,而更多的是作为一种多元配置的选择。由于2017年新股的发行会是一个常态,这类打新产品在其中仍会有一定的周期,因此依旧可以在市场上获得稳定收益,而公司会在此基础上,通过固收团队的运作,弥补其收益率的下滑。打新未来也许会出现两个方向:一、不是所有新股都会享受到高额连续的涨幅,因此基金公司对新股同样需要精挑细选;二、打新的收益差异主要还在抛出时点上,因此打新产品会因此有更多的策略调整,而这也是我们投研团队正在研究的方向。

“三四五计划”深耕北京市场

2016年,北信瑞丰基金管理有限公司取得了长足的进步,整体资产管理规模突破800亿元。不过,李鑫坦言,相对于规模上的增长,2016年更是团队建设年,待人员基础夯实后,未来的业务发展将水到渠成。在他的规划中,“三四五计划”深耕北京将是最重要的部分之一。

中国证券报:“三四五计划”具体指什么?

李鑫:“三四五计划”是指在短时间内聚集三十家大型集团公司、四十家北京优质上市公司和五十家优质私募到我们的平台上,立足北京,再辐射全国,做最专注北京地区的基金公司。过去三年,我们与全国的大型集团、北京地区众多优秀上市公司及顶级私募建立了密切的合作关系,今年我们将更集中地打造大佬级的生态圈。更长远来看,我们希望以此为基数,在我们的平台上

打造定增业务生态平台

在李鑫的规划中,他希望实现这样的愿景:只要提起北京地区参与上市公司的定增业务,北信瑞丰就是投资者的最优选择之一。

中国证券报:北信瑞丰去年在定增业务上取得哪些成绩?

李鑫:先来看一组数据,截至2016年12月31日,北信瑞丰共报价参与超过100家上市公司的定向增发,认购成功50家,总认购金额约145.13亿元,平均折价率为10%,平均增长率为9%,盈利比例为78%。其中,折价率最高达50%,增长率最高达89%。

我们主要通过母公司专户的形式,参与上市公司的定向增发。同时以上市公司的需求为核心,例如上市公司大股东增持及员工持有计划等,与上市公司开展深度合作。整体来看,2016年是我们定增业务上的发力年,去年认购成功的上市公司定向增发数量在公募基金公司里排在第二位。

其次,我们正在搭建一个定增生态平台。我们将全国顶级的一批私募机构、财务公司、券商资管聚合起来,利用平台上机构共同的力量来开展这项业务。例如,尽管我们自身有专门的投研团队为专户的定向增发服务,但我们所接触的也有投研实力非常强的机构,在必要的时候,我们会交织覆盖彼此的能力圈,去掉投研上的“盲点”。另外,在定增实力上,部分公司如果参与单独上市企业的定增,很难拿到“一份”的量,如果通过我们的平台,也可以达到拼单的需求。在这种前提下,我们的定增业务在机构条线上做得卓有成效,与我们合作的大都是对定增市场有深入调研的机构客户,双方更容易达到契合,不会被市场短暂的热点冲昏头,也不会被突然的“冷水”浇灭热情,大家都是一步步脚踏实地深耕这块业务领域,因此我们也拥有很多“回头客”。

中国证券报:监管层对再融资收紧,会对你们业务产生怎样的影响?

李鑫:首先需要说明的是,再融资收紧可能是一段时期内必然的趋势;其次,我们也看到市场上部分定增项目尤其是公募的定增处于浮亏状态。我认为其中有两个原因:其一,与公募本身的估值方式有关。公募

定增采用摊余法,部分浮盈由于需要不断到期摊销,所以部分潜在收益没有实时体现出来;其二,不少公募在市场高位时参与项目,折扣率不明显,市场回调造成浮亏。

但是,监管层对再融资有一定程度的收紧,对真正理解定增业务、在个股上精挑细选、追求阿尔法收益的专业机构来说,反而是“良币驱逐劣币”的利好消息。因为市场疯狂之时,必然有不专业的外部资金参与进来,抬高市场筹码,造成不必要的哄抢,而市场的适时降温,也会给专心、专业做业务的机构提供更多的溢价可能,回归价值投资的本源。

中国证券报:与传统定增业务实力强大的公司相比,你们的优势有哪些?

李鑫:如上所述,与传统公司相比,我们的优势在于打造一个生态圈。我们不仅依靠自身的研究力量,也会共享合作机构的投研实力,比如在北京、江浙、广东等地区都有很强大的战略合作机构,他们对当地上市公司特别熟悉,对这些公司的实控人跟踪了数十年,在研究上会有明显的贡献。以前,大家所信奉的都是“短板理论”,即一个木桶的盛水量最终是其中最短的一块木板决定的,而对于次新基金公司来说,更愿意将自己打造成一块“长板”,而不是把自己当成一个桶,当我们所有的战略合作伙伴都拿出自己最长的一块板、拼成一个桶,那么整个平台的能力都会有所提升。

其次,我们将自身定义为一家资产管理公司,因此核心业务都会围绕上市公司的需求出发,不仅会采用“定增+私募可转债”这种最新的打法,还会从上市公司全产业链的视角帮它们提供一些金融服务。在这方面,我们的大股东北京国际信托能提供丰富的资源,二股东有PE背景,也能提供完善的解决方案,这都是我们独特的优势。

另外,2016年对于我们来说,是夯实基础的年份。我们在去年新增60%的新员工,完成了人员扩招、体系构建的计划,为未来的发展打下了扎实的基础。在服务客户环节,我们主动缩短内部流程,对待单一客户的需求,都以一个团队为主,减少了与客户交流的复杂性,提升了自身的专业性,降低了沟通成本。

作为一家次新基金公司,北信瑞丰不仅在成立的第二年即拿到了2015年度债券型金牛基金奖,在传统业务上稳稳扎根,而且还着力打造定增、量化等新兴业务的生态平台,期望快速达到弯道超车的目标。

过去两年,由于公司在规模和利润上的良好积累,2016年,北信瑞丰在投研、市场等各个条线的人员配置顺利完成,部分重要岗位还处于“有计划的超配状态”。李鑫将2016年定义为团队建设年,未来,只等待厚积薄发。