



视觉中国图片

排行榜“新气十足” 基金业上演新兵战老将

□本报记者 徐金忠

权益投资“反攻”

在今年以来的市场上扬行情中,持续在市场的主动权益类公募基金显然是受益者。Wind资讯数据显示,截至3月22日,剔除转型基金及部分成立时间晚于2019年1月1日,未能完整参与本轮行情的基金,绝大多数主动权益类投资基金获得正收益,虽然不少基金净值仍在面值以下,但是亏损回正的幅度也相当可观。如果比较同期大盘指数(为方便计算,选择同期上证综指作为比较对象),主动权益类投资基金也大面积跑赢同期大盘指数。

统计数据显示,超过30%的主动权益类基金已经回正2018年跌去的净值。今年以来主动权益类基金这种烈火烹油的局面,一下子摆脱了2018年万马齐喑的“悲惨世界”,成功反攻。具体来看,全部可比的普通股票型基金中,净值表现前十位的基金产品,区间平均份额净值增长率超过40%,冠军产品的净值增长更是超50%,净值表现前50名的基金产品,其区间平均份额净值增长率也超过35%;偏股混合型基金的冠军产品,区间份额净值增长率同样超50%,排名前十的基金产品,区间平均份额收益率超45%;灵活配置型基金的区间净值增长冠军的增长率超55%,榜单前50位的基金产品,平均份额增长率近43%。显然,2019年一季度的主动权益类投资榜单战况胶着。

总体来看,率先全面加仓的基金产品赚得盆满钵满,赶上“上车”的产品表现也相当突出,即便是春节后中途追赶着“上车”的基金,其净值也水涨船高。在资产配置中,股票资产的重与轻几乎可以跟基金产品表现的优与劣划等号。

新兵老将同台竞技

市场一路高歌猛进,主动权益类基金积极唱和,投资者情绪显著回暖,于是,选基的问题接踵而来。

Wind资讯的资料显示,2019年以来,主动权益类基金中,传统权益投资较强的基金公司产品均有不错表现,率先喊出全面加仓的前海开源基金旗下产品更是屡屡出现在净值涨幅榜单前列。不过,在市场普涨局面下,各家基金公司之间的差异并不十分明显,有基金公司主动权益投资全面开花,但更多基金公司旗下部分产品“一马当先”,形成争先恐后的局面。

如果进一步统计基金经理的情况,则会发现,在新兵老将同台竞技的情况下,今年新兵与老将之间的表现还是有所差异的。

根据Wind资讯统计相关基金经理的投资年限发现,今年以来,普通股票型基金产品净值表现前50位的基金经理(多人共同管理同一基金则取平均数,数据截至3月24日),其平均投

“2018年,有8年以上投资经验的老将发个产品都勉勉强强,更别提那些投资新手了;但到了2019年,市场反而嫌弃老将太稳健、产品涨得慢,而那些刚管理基金1年左右的小年轻倒是风生水起。还是那句话,时势造英雄。”老曹(化名)是一家基金公司销售部门的负责人。他最近面临一道难题:公司年轻的基金经理借助市场急涨,成就了一只“牛基”,今年以来收益率是大盘指数涨幅的近两倍,受到资金热捧,申购情况喜人。但是,这样的产品是否适合推荐给投资者?未来年轻的基金经理能否应对市场可能发生的变化?

老曹的烦恼,是当下不少公募机构销售部门共同面对的问题,部分基金公司已经感觉到市场资金涌入这些产品所带来的压力。“规模上得比较快,基金经理操作的难度增大,公司管理层认为需要控制风险,主动的推介和营销都相当谨慎。”

统计发现,今年以来,主动权益类投资基金(普通股票型基金、偏股混合型、灵活配置型基金,下同)净值涨幅榜上,占据榜单前列的基金经理,新兵多于老将。当然,这与行业整体新老分布有关,但是本轮急涨行情,恰恰契合了部分年轻基金经理的风格,好似烈火遇烫油,互相成就。

资年限为3.76年;在偏股型混合型基金中,这一数据为4.37年;在灵活配置型基金中,这一数据则为3.81年。对照Wind基金经理大全,全行业基金经理年限平均为3.45年,总体来看,上述主动权益类投资“优等生”的平均投资年限并不算太短。

但是,今年以来,新兵“生猛”的情况亦有迹可循。普通股票型基金榜单前50位中,基金经理投资年限在1-2年之间的有9位(同一人管理多只基金则分别计入),2-3年的有7位,5年以上的有11位,超过10年的仅有1位;在偏股混合型基金中,有2位基金经理管理年限不足1年,基金经理投资年限在1-2年之间的有6位,2-3年的有8位,5年以上的总计16位,没有超过10年的;在灵活配置型基金中,同样有2位基金经理管理年限不足1年,基金经理投资年限在1-2年的有2位,2-3年的有12位,5年以上的总计8位,同样没有超过10年的。

上述主动权益投资基金基金经理的投资年限分布,固然与基金行业从业经验分布以及基金行业晋升、转型等机制设计相关,但是整体来看,今年主动权益投资排行榜上“新气十足”。

对此,中国证券报记者采访了基金评价机构人士,对方表示,今年以来,市场行情属于急涨走势,市场热点较为分散,炒作之风较为盛行。市场急涨行情考验基金经理跟踪热点、调仓换股的决心和果敢程度,特别是对于一些严格意义上不能匹配公募机构投资风格的机会是否参与,如何参与,用多少资金参与等等,都考验着基金经理的应变能力。

“年初至今,特别是春节过后,‘基本面就是个笑话’的说法不胫而走,市场整体风险偏

好迅速上升,炒作资金大行其道,轻基本面炒预期和概念的风格较为凌厉。我相信,炒作资金所偏好的个股,很多是不太能通过公募基金公司的投资决策机制的,但如果基本面相对不错又获得资金追捧的个股,属于可参与可不参与的机会,这时候,一些年轻基金经理果敢、坚决的优势就体现出来了。”该人士表示。

有基金公司研究部门人士也表示,如果观察其公司中基金经理2018年四季度以来的操作,管理年限较长的基金经理由于受过此前市场风格急变的伤害,多数对后市偏谨慎,“这样的思维惯性是很强的,以至于当急涨行情到来时,部分投资老将的风险偏好较低,仓位控制在较低位置,对本轮行情的参与度反倒不如一些轻装上阵的年轻基金经理。当然,目前来看,两种人之间孰优孰劣,还不好说。”

另外,根据可获得的最新数据,主动权益投资新兵管理的基金产品多数规模偏小,这一方面印证了市场资金对投资新兵的认可程度仍在建设中,另一方面也为这些年轻人提供了“船小好调头”的优势,这类基金规模较小,持股相对集中,成功抓住牛股机会后,对基金净值的影响直接且明显。

当然,今年以来排名靠前的基金经理中,投资年限较长的老将也为数不少。这些老将所管理的基金规模一般较大,但同时又保持了对市场的敏锐和积极参与,获得了较好的投资收益,显示出投资老将的风范。

新老各有优势

基金收益与基金经理投资年限的关系,一

直以来是投资者关心的话题。长盛基金指出,从基金经理的角度来看,投资经理的投资年限和投资业绩之间没有显著的线性关系,这可能与投资者的认知有所偏差。长盛基金FOF业务部宫正的研究指出,从散点图分布来看,投资期限越长的基金经理,业绩波动性越低,收益率分布趋于收敛,业绩持续性越强。该类投资经理一般历经牛熊周期的考验,具备了较为稳定的投资风格,具备长期配置的价值。此类基金经理往往在熊市里表现相对较好,基金业绩较为稳健,年轻基金经理业绩分布较为分散,且波动大,牛市里业绩弹性也较大。

对此,前述基金评价机构人士则认为,投资年限较长的基金经理能平滑业绩,但也可能因为行业追求相对收益、公司鼓励稳健操作等而变得稳健有余而进取不足;而对于年轻基金经理来说,需要通过业绩展现自己的管理能力、打造市场影响力,其表现欲望较为强烈。“而且越来越多的年轻基金经理也正在意识到业绩持续性的重要性,努力平滑自己投资业绩的波动。对于投资者来说,仍然需要对市场环境有所判断,选择合适的基金经理,做到风险与收益的恰当组合。”

新兵与老将孰优孰劣的比较,或许将会一直持续下去,但在今年的行情中,市场给予坚决、果敢和风险偏好较高的资金的回报有目共睹,主动权益投资排行榜中的“新气”也较为明显。但是,这些投资新兵造就的“牛基”,如何在未来的市场行情中保护好并增厚收益,将是他们面临的一大考验。“如果后市出现调整,这些年轻的基金经理需要学会如何面对。毕竟,他们没有经历过市场完整的牛熊周期,而投资业绩的巨幅波动是行业从业人员的大忌之一,对其市场形象是会有影响的。”该基金评价机构人士表示。

但是,投资新兵打造的“牛基”的赚钱效应实实在在,这些产品和基金经理的市场人气正在快速聚集。中国证券报记者从多家基金公司销售部门以及基金第三方销售平台了解到,市场资金正在用脚投票,不少收益表现突出的年轻基金经理管理的基金正在受到资金的追捧,虽然基金公司自身的营销渠道对是否为新兵造就的牛基“再添一把火”显得相当迟疑和分化,但是第三方平台等渠道流入的资金显而易见。

面对这样的情况,部分基金公司已经感觉到市场资金涌入这些基金产品所带来的压力。“规模上来得比较快,基金经理操作的难度增大,公司管理层认为需要控制风险,主动的推介和营销都相当谨慎,甚至不会有。”深圳一家基金公司市场营销部门人士表示。对于第三方销售平台来说,对资金通过平台涌入,自然是欢迎的,但是也有平台已经在基金推荐上做了平衡。作为第三方平台,投资者通过平台购买基金后的持续体验也很重要,这也是平台打造品牌的核心要素之一。