

# 解密爆款基金三大“爆点”

专业的品牌影响力 明星基金经理的流量效应 产品设计与发行时间“蹭热点”

□本报记者 李岚君 李良

5月22日,易方达均衡成长一日售出269.67亿元。消息传来,上海某基金公司负责销售部门的副总经理张琦(化名),忍不住心头一阵抽搐。

这仿佛是个好消息,又仿佛是个坏消息——让张琦微微泛喜的,是场外资金欲借道公募汹涌入市的热情,聚而不散;让张琦颇多苦涩的,却是资金与客户过度追逐少数产品,在频频制造爆款基金的同时,也令实力不足的中小基金公司承受了巨大的压力。

Wind数据显示,截至5月31日,今年以来成立的新基金达到560只,但首募规模超过50亿以上的却只有23只,有40只基金因为申购资金量超出限额而不得不启动比例配售。由此可见,爆款基金只是公募基金发行市场的“少数派”,但他们的首募规模却足以撑起基金发行市场的小半个江山。

这种颇有些极端的分化,引来业内外人士的不断追寻:究竟什么样的基金产品才有资格成为爆款?中国证券报记者采访发现,基金公司的品牌和销售力、基金经理的个人号召力、反复正向强化的产品设计,是促发爆款基金的三大主要原因。值得注意的是,这三个因素所需的资源都在加速向行业龙头集中,这也导致了公募基金行业强者恒强局面。



新华社图片

## 谁制造了爆款

爆款基金的吸金能力,着实让市场小小地震撼了一把。

最近的一次,就出现在5月份:5月22日和5月25日成立的易方达均衡成长和汇添富优质成长,两只基金发行时间分别为1天和4天,募集规模分别达到269.67亿元和115亿元。其中,易方达均衡成长创下今年以来新基金发行的新纪录,成为年内首只成立规模破200亿元的基金。

时间稍微拉长一些,1月2日推出的汇添富大盘核心资产,仅3天就提前结束募集,成立规模达113.2亿元。此后,广发科技先锋引来92.1亿元资金的抢购,122.3亿元资金扎堆疯抢睿远均衡价值三年持有期基金。紧随其后,交银施罗德·永赢等多家基金公司旗下也频频涌现爆款基金,展现出极为强大的吸金能力。

从被震惊到麻木,却又颇不服气的业内人士们忍不住频频发问:凭啥这些基金产品会成为爆款?

中国证券报记者在多方采访后发现,基金发行得以爆款的最核心因素,是基金公司的品牌力和销售力。多家基金公司的相关负责人均向记者表示,从客户方传递来的信息显示,他们更为信任那些拥有强大品牌形象的基金公司,而这些基金公司的产品销售也往往事半功倍。此外,如果在渠道方面拥有强大的销售能力,也容易在市场热情绽放时不断制造爆款。

“经历了十几年的投资者教育,现在客户对市场、对产品的认知程度很高,如果没有足够专业的影响力,很难打动他们。但这种专业影响力,是要靠时间沉淀的,而且要保证正面形象的持续性,这显然不是一般的基金公司能达到的。”张琦对记者说,“这也是爆款基金总是出现在少数公司的原因,毕竟,拥有这种底蕴的基金公司太少了。”

事实上,从统计中也会发现,从管理公司维度看,大多数爆款基金集中于易方达、汇添富、富国、东方红资管等长期品牌影响力较强的基金公司。上海证券基金评价研究中心研究员杨晗也指出,爆款基金的打造离不开长期的品牌积淀,绩优基金公司在品牌、投研实力、营销渠道等多方面均具备显著优势,产品更易获得投资者青睐。

但这并不意味着,其他基金公司没有制造爆款基金的机会。从概率统计中,记者发现,虽然缺乏时间沉淀的底蕴,但一些基金公司却可以通过基金经理的个人号召力,来实现部分基金产品的爆款。

以南方某基金公司为例,由于旗下某基金经理执掌的基金业绩在2019年大放异彩,引来许多资金的关注。在今年,只要是其挂帅的新基金产品,都会引发资金的疯狂追逐,一个又一个的爆款随之诞生。而回望身处上海的睿远基金,几乎每一个产品的出

炉,都会成为行业的爆款,其背后的支撑,其实也是陈光明等投资大佬的光环照耀。

杨晗指出,“明星基金经理”光环颇能吸金,主动管理型爆款产品成功募集,与管理人优秀的历史业绩同样密不可分。但他同时表示,业内关于明星基金经理的业绩持续性一直颇有争议。不可否认,在基金数量繁多,而优质基金产品却相对匮乏的当下,明星基金经理的流量效应仍十分显著。

除了以上两个因素外,基金公司还有第三个制造“爆点”的机会:在合适的时机,推出市场热度最高的基金产品。张琦向记者表示,在此前科技股炙手可热的时候,只要基金公司能够及时踩点推出科技类基金产品,都有机会打造出新的爆款基金。事实上,梳理近年来的爆款基金可以发现,一些实力不强的基金公司,也偶尔能出现一些首募规模较大的基金产品,这显示,产品设计和发行时间能否“蹭热点”至关重要。

## 爆款还能持续多久

爆款基金的频频出现,极大地振奋了市场信心。但困惑也随之而来:假若A股无法出现全面牛市,新发基金的爆款现象还能延续下去吗?

记者统计发现,从时间维度上看,合适的发行时间有助于爆款基金的诞生。目前多引发购买狂潮的产品普遍集中在年初和5月份,而两轮新基金发行市场火爆的主要原因各不相同。第一波启动的主要原因,是2019年公募权益类基金普遍取得了较好的收益,投资者持有基金的赚钱效应明显,这引发了部分炒股资金转移到基金投资市场。与此同时,年初A股市场行情向好,市场风险偏好上升,也在一定程度上激发了投资者购买基金的热情,这导致爆款基金产品不断出现。而近期启动的第二波,虽然A股市场并没有出现指数暴涨,但局部行情的热度明显升温,反映在基金销售市场,也呈现出场外资金急于入市的现象。

杨晗也指出,爆款基金离不开市场行情助推,爆款产品发行数量与市场行情高度相关。回顾历史,在2015年二季度、2017年四季度、2018年一季度、2019年四季度权益市场大幅上涨时,也均为爆款基金密集发行期。因此,接下来的A股市场趋势,对新基金发行能否持续出现爆款有着关键性的影响。

张琦则认为,今年以来,在A股市场的反复波动中,个股的振幅较大,投资者获得正收益的难度明显增加,但公募基金的业绩却颇为亮眼。可以预期,接下来投资者在资产配置中的结构性调整仍将继续,公募基金占比有望进一步提升。据此,张琦认为,接下来,只要市场不出现单边暴跌的走势,未来爆款基金有望不断出现。

事实上,当前“资产荒”下的配置焦虑,也有望为公募基金持续出现爆款提供土壤。上海某基金经理认

为,在大量非标以及固收产品爆雷、理财净值化、货币和信托产品收益率大降等现象出现后,财富管理市场的供需关系发生转变,大量资金会寻找新的优质标的作为配置对象,而此时优质权益类基金的收益率出现明显的吸引力,且优秀的基金经理以及产品也不断涌现,资金主动追逐有望持续制造爆款。

“爆款基金频频出现未必是基础市场有多好,与市场向上还是向下关系并不是很大。现在理财净值化之后,非标资产越来越少,一些理财配置需求会被引流到基金市场。爆款基金的出现,体现的是优秀基金经理品牌的兑现。”上海某基金公司市场部人士向记者表示。

## 爆款基金助力结构性行情

一个值得关注的现象是,由于爆款基金集中在少数基金公司或基金经理处,这在一定程度上,强化了A股市场局部高温的结构性行情。

上海某基金经理指出,从基金经理建仓策略来分析,优秀的基金经理一般都有明显的风格特征,譬如坚守的价值理念、偏好的行业风格等,这也就意味着,他们挂帅的爆款基金巨量资金投向也会遵循这些风格特征。这将在一定程度上强化他们现有重仓个股的走势,从而形成个股螺旋形上涨的正向反馈。

事实上,一些研究这一规律的投资者已经发现,当资金急速向少数基金经理集中时,这些基金经理已经重仓的个股会在一段时间内出现一定的涨幅。从各种迹象判断,这应该是爆款基金成立后建仓的惯性所致。一位对基金行业研究多年的老投资者就向记者表示,每个基金公司的股票池数量有限,而基金经理熟悉和愿意买入的股票数量会进一步收窄,一旦产品发行规模过大,基金经理投资的惯性会将大部分资金布局于已有的持仓个股中,这并不是新鲜事。

张琦则认为,这引发了公募基金行业的一个话题:优秀基金经理的资产管理规模是否存在上限?张琦表示,近年来,在爆款基金和持续营销的双重作用下,部分基金经理的管理规模呈爆炸式增长,但短时间内基金经理的管理能力却难以实现同步提升。这就导致大量资金涌入后,基金经理只能不断买入自己熟悉的少数股票,在不断推高个股价格的同时,其实为未来埋下了重重隐患。

“举个例子,假如一个基金经理原来只管理十亿左右的资金,他的投资风格中,就敢于在某些个股上下重注,因为这个规模,单一个股持仓较重有可能不会遭遇流动性风险。但如果规模达到了上百亿甚至更多,他继续这么策略的风险就会很大,因为过多的资金重仓在某些个股上,会造成股价的异动和短期估值的不合理甚至一定的流动性风险。”张琦说,“所以,爆款基金助推的局部‘结构性’行情,其实风险巨大。这对于热衷于追捧热门产品的资金来说,是一个必须面对的问题。”