

爆款基金之殇：造星做大规模 管理力有不逮

● 本报记者联合报道

核心提示 爆款基金的背后，是基金公司对做大规模的强烈渴望，以及利益共同体各方的联手助推。爆款基金让基金公司、销售渠道、网络大V、广告商等赚得盆满钵满，却让众多投资者成了“韭菜”。

监管部门已关注到基金发行中的乱象。《关于加快推进公募基金行业高质量发展的意见》明确提出，着力打造行业良好发展生态。牢固树立以投资者利益为核心的营销理念，践行“逆向销售”，加大投资者保护力度。切实摒弃短期导向、规模情结、排名喜好，坚决纠正基金经理明星化、产品营销娱乐化、基民投资粉丝化等不良风气，改变“重首发、轻持营”等现象。

右边这张表是2020年至2021年发行总份额在100亿份以上，且一日售罄的25只爆款基金的近况。数据显示，截至今年一季度末，最新份额(A/C份额合并统计)仍超百亿份的仅有7只；截至今年5月31日，这些基金成立以来，回报率为正的仅有6只(A或C份额的统计数据结果相同)。

眼见他发行时轰轰烈烈，眼见他管理时力有不逮，眼见自己越亏越多。”2020年追星买了50万元爆款基金的投资者李庆(化名)套用《桃花扇》中的唱词诉说了自己的感受。

中国证券报记者调查发现，爆款基金的背后是基金公司对做大规模的强烈渴望，以及基金公司、销售渠道等利益共同体的联手助推。爆款基金让基金公司、销售渠道、网络大V、广告商等赚得盆满钵满，却让众多投资者亏得心碎。

业内人士表示，公募基金作为普惠金融的代表，是“增加城乡居民金融资产等财产性收入”的重要承担者，其职责使命与实现共同富裕息息相关。但从爆款基金来看，一些公司并没有很好地承担起这一社会责任，更没有恪守信托精神和客户至上原则，眼光短浅，利在先，损害了投资者利益。

《关于加快推进公募基金行业高质量发展的意见》明确要求公募基金行业发展要以投资者利益为核心，正确处理好规模与质量、发展与稳定、效率与公平、高增长与可持续的关系，着力提高投资者获得感，切实做到行业发展与投资者利益同提升、共进步。

20

年度	发行基金总(只)	发行总份额(亿份)	爆款基金数量(只)	爆款基金总份额(亿份)	爆款基金份额占比	爆款基金最新总份额(亿份)	爆款基金总份额变动率
2020	1439	31038.06	94	9527.64	30.70%	5101.21	-46.46%
2021	2073	29625.39	92	7540.32	25.45%	6696.15	-11.20%
合计	3512	60663.45	186	17067.96	28.14%	11797.36	-30.88%

数据来源/Wind

业绩截止日期:2022年

5月31日；份额提

取日期:2022年一季

度末；份额统计按照

A/C份额合并统计

部分

年度	基金经理	发行日期	发行总份额(亿份)	最新总份额(亿份)	爆款基金总份额变动率
南方成长先锋A	茅炜、王博	2020-6-8	321.15	80.68	-74.88%
汇添富中盘价值精选A	胡昕炜	2020-7-6	297.43	131.01	-55.95%
鹏华匠心精选A	王宗合	2020-7-8	296.91	147.54	-50.31%
华安聚优精选	饶晓鹏	2020-7-13	290.67	84.55	-70.91%
易方达均衡成长	陈皓	2020-5-20	269.67	58.91	-78.16%
汇添富稳健收益A	徐一恒、刘伟林	2020-7-20	216.34	26.94	-87.55%
易方达悦享一年持有A	张清华	2020-11-23	198.51	88.44	-55.45%
汇添富稳健汇盈一年持有	杨靖、李云鑫	2020-11-2	170.86	24.89	-85.43%
汇添富开放视野中国优势A	劳杰男	2020-7-17	169.42	56.9	-66.41%
易方达研究精选	冯波	2020-2-19	165.89	82.29	-50.40%

数据来源/Wind

截止日期:2022年

3月31日；份额统计按照

A/C份额合并统计

规模业绩遭双杀

与网购中的爆款产品含义类似，爆款基金是指那些市场关注度非常高、申购人数特别多、认购申请金额远远超过需要募集金额的基金(除特别注明外，文中的爆款基金均指发行募集不超过5天、份额超过50亿份的公募基金)。

2019年显现的赚钱效应，让公募基金在2020年进入发行大年。一些明星基金成了市场宠儿，受到投资者狂热追捧。

2020年1月8日，交银内核驱动60亿份额一日售罄，拉开了新基金发行爆款行情的序幕。

2020年2月18日，睿远均衡价值三年混合有效认购资金达1223.8亿元，不仅远超60亿元首募上限，还打破业内尘封13年之久的单只基金认购纪录。

但该纪录仅保持了5个月，就被鹏华匠心精选刷新，2020年7月8日一天认购1371亿元，轻松超越300亿元的首募规模上限。

一山更比一山高。2021年1月，易方达竞争优势企业创出认购2398.58亿元的新纪录，成为公募基金史上首只认购规模超2000亿元的基金。

据统计，2020年、2021年全市场共发行爆款基金186只，发行份额合计1.71万亿份，占公募基金发行总规模28.14%。爆款基金也成了彼时行业最热的关键词之一。

盛极必衰。随着市场波动加剧，这些红极一时的爆款基金，如今大多出现规模缩水、业绩下滑，可谓金身难保。

截至今年一季度末，186只爆款基金份额合计1.18万亿份，缩减超过30%。其中，募集规模超百亿份的47只基金中有36只跌至百亿份以下，18只不足50亿份。募集规模前十大的爆款基金，份额缩水幅度均超过50%，最高的达87.55%。

一些由明星基金经理管理的爆款基金业绩惨不忍睹。3日内售罄的39只百亿规模基金中，截至今年5月31日，成立以来仅有12只净值在1元以上。自基金成立以来，鹏华创新未来、前海开源优质企业6个月净值分别亏损38.34%、35.99%。鹏华汇智优选、南方兴润价值等基金的净值跌幅均超过25%。

有人亏钱，就有人赚钱。那么，前两年发行的这些爆款基金中，哪些机构获得了收益？哪些投资者被割了韭菜？

基民亏惨机构赚翻

爆款基金的出现是市场多方共同推动的结果，但处于同一链条上，境遇却大相径庭。

参与群体最大的，往往是受伤最深的。某社交平台上，一位新基民吐槽：“去年，买了2只爆款基金，现在平均亏损19%。”另一位新基民感叹：“买入一年，被深套30%血汗钱。”

据天相投顾统计，2021年初至今年一季度末，近两年新发的爆款产品累计亏损约1792亿元，主要亏损来自今年一季度，约为1627亿元。

相比基民的惨亏，基金公司则赚得盆满钵满。天相投顾统计数据显示，2021年，我国公募

基金行业管理费总收入为1418.19亿元，同比增长52.31%。其中，非货币市场基金管理费收入1174.38亿元，同比增长62.29%。

银行、券商等代销基金渠道同样赚得荷包鼓鼓。

天相投顾披露的数据显示，2020年、2021年，纳入统计的145家基金公司旗下6263只基金共向销售机构支付客户维护费分别为241.14亿元、408.62亿元，同比分别增长66.57%、68.24%。

基金公司支付给销售机构的尾随佣金增速，远高于自己同期所收管理费增速。2021年客户维护费超过管理费的基金多达254只。

备受投资者认可的睿远基金，即便有陈光明这块金字招牌加持，2020年上半年尾佣比率仍高达39.11%。

从爆款基金上分一杯羹的，还有为基金销售摇旗呐喊的广告商、网络大V等。

2020年至2021年，上海陆家嘴的上海中心大厦、广州珠江新城的广州塔等地标建筑上，常现爆款基金的火热宣传广告。北京国贸地铁站、上海世纪大道地铁站、广州体育西路地铁站等人流密集的地铁站点，也曾一度被各大基金公司的产品宣传海报牢牢占据。

羊毛出在羊身上。申购费、赎回费、管理费、营销费、服务费等各种名目的费用最终都是基金买单。

圈粉 造星 抱团

每一只爆款基金都离不开销售端。在互联



主流的传统银行则加强了对客户的精准营销。

某大型基金公司渠道人士魏昱(化名)告诉中国证券报记者，为了完成爆款基金的发行任务，银行与基金公司紧紧抱团，常常一起开销售经理营销会，压实指标。

为了吸引新老客户，银行使尽营销招数，比如，让客户赎回旧买新，买基金送米、油、小电器等物品。

圈粉造星、过度营销，如果把基金管好，让基民赚钱，倒也皆大欢喜。让人诘责的是，许多爆款基金成立后就“跌跌不休”，令投资者大失所望，不得不怀疑其管理能力。

小马拉大车

爆款基金通常在市场高位时成立，作为持牌的专业理财机构，公募基金公司非常清楚，后面意味着什么。

“规模是业绩的天敌。爆款基金规模越大，对管理人的专业能力和管理经验要求越高，现实中符合要求的人才非常紧缺。”资深FOF基金经理田亮(化名)说，一些公司找不到经历过市场大风大浪的成熟管理人，就把羽翼未丰的年轻人匆匆推上台。

力小而任重，鲜不及矣。查看业绩下滑的爆款基金，中国证券报记者发现不少基金经理之前所管理的基金规模都很小，而且业绩未经过周期考验。

以王宗合为例，截至2019年底共管理7只基金，总规模33.43亿元，最大的11.86亿元，最小的仅0.14亿元。2020年7月，王宗合开始管理爆款基金——鹏华匠心精选，规模跳上几个台阶(截至2021年底，管理规模超过300亿元)，收益节节下滑。截至5月31日，鹏华匠心精选A成立以来收益率为-21.77%，2021年在同类1531只基金中排名倒数26。他管理的另一只爆款基金——鹏华创新未来到今年结束封闭期时，在同期发行的5只创新未来基金(易方达创新未来、中欧创新未来、华夏创新未来、汇添富创新未来、鹏华创新未来)中表现最差，截至5月31日，成立以来的收益率为-38.34%。

田亮认为：“让从业年限短、过往管理规模小的基金经理，突然跳级管理几百亿元、上千亿元的爆款基金，犹如小马拉大车。”

比如，郑澄然，2015年7月取得证券从业资格，2020年5月开始管理基金，9个月后就担任一只发行规模达79亿份的基金的基金经理。“管理规模从0到目前超过300亿元只有2年，这种火箭式速度让人担心。”田亮说，该基金净值大幅下跌，截至5月31日只有0.8643元，成立以来最大回撤37.55%。在今年3月市场剧烈波动中，该基金净值最低回撤至0.6662元。

“新手”力不从心，能力强的老基金经理，同样难以承受爆款基金规模之重。

以招商基金的王景为例，她可能是市场上为数不多的“双十”基金经理(从业十年，年化收益率超10%)，2015年开始管理的招商制造业转型A年化收益率达16.80%。应该说，王景是有能力管好基金的，但2021年开始管理爆款基金，并在规模突破300亿元后，表现渐失水准。截至5月31日，招商品质生活A自成立以来净值亏损超20%，招商品质升级A、招商蓝筹精选A成立以来净值跌幅均超15%，这3只基金成立以来最大回撤均超过30%。

“人的精力和能力都是有限的。”田亮说，基金经理管理的规模上限是由其投资能力、风格等因素决定的，不是“人有多大胆，地有多大产”。

基金经理鲜买爆款基金

专业人士的眼睛是雪亮的。对于爆款基金，许多明星经理的同行并不买账。“不买爆款基金”已是基金业内公开的“秘密”。

观察基金“专业买手”FOF的持仓，很少出现爆款基金的身影，广发核心优选六个月持有、东方红颐和平衡配置两年持有、兴全优选进取三个月是目前市场上规模较大的三只偏股混合型FOF，截至今年一季度末，前十大重仓基金中均没有2019年以来新发的爆款基金。

“其实，爆款基金并不是什么新鲜事。”基金经理陈林(化名)对2007年那批爆款QDII基金的发行至今历历在目，“当年网络远没有现在普及，很多人要到银行大堂在工作人员指导下购买基金，现场出现了来不及下单的投资者怒斥大堂经理的情况。”

陈林说，当时，上证指数突破6000点，基金销售火爆，1只QDII认购1000多亿元，另外3只QDII发行规模均在300亿元左右。2008年，市场大跌直接把这4只QDII基金净值打到0.4元以下。直到2020年11月，这4只QDII基金的净值才回归面值之上，但随着本轮市场调整，又全部转负，其中一只成立以来亏损近35%。

“不只是爆款基金，我们连新发基金都几乎不买。”一位FOF基金经理透露，“新基金尚未建仓，建仓的思路和节奏不一定符合我们要求。而且，渠道力推的基金，不少设置了各种各样的约定，我们无从得知。”

一些专业的基金销售机构对爆款基金也是淡然处之。盈米基金研究院研究总监邹卓宇告诉中国证券报记者，盈米基金的“且慢”在过去两年行业火热的时候并没有推介过市场上的爆款基金，(下转A05版)