

游戏概念大火 年内第一只“翻倍基”出炉

游戏主题ETF一马当先

4月28日,传媒板块“一马当先”,个股爆发涨停潮。在此背景下,三只游戏主题ETF一路飙升,国泰中证动漫游戏ETF、华夏中证动漫游戏ETF、华泰柏瑞中证动漫游戏ETF当日均涨停。

4月最后一个交易日的“这把火”,直接助推年内第一只“翻倍基”诞生。Wind数据显示,截至4月28日,华夏中证动漫游戏ETF今年以来的净值增长率达到102.38%。

此外,华泰柏瑞中证动漫游戏ETF、国泰中证动漫游戏ETF今年以来的净值增长率也逼近翻倍,分别达到99.93%、99.41%。

华泰柏瑞中证动漫游戏ETF的基金经理在基金一季报中表示,展望后市,首先,在供需层面,用户付费意愿回升有望,结合新产品逐步上线,有望带来业绩增量,激发市场活力;其次,政策层面,版号管控与未成年人防沉迷已取得阶段性成效;最后,技术层面,游戏有望充分受益于AIGC技术的快速发展,一方面AIGC能够快速生成图像、文案与音效等核心要素,提升研发效率,另一方面AIGC与游戏结合后或将带来更丰富的内容生态,例如某游戏在GPT加持后,玩家能够与NPC进行自由对话,实现深度交互,获得更个性化的游戏体验。

也有不少机构人士开始提示风险,认为以游戏、传媒为代表的相关概念股,当前已经达到高位,赚钱效应可能趋弱,投资者需谨防高位被套。

主动权益基金领跑换人

同样受益于游戏、传媒等概念股的大涨,部分擅长押注相关赛道的主动权益基金在四月火速“超车”,超过此前重仓计算机等信创行业的基金,实现业绩领跑。

Wind数据显示,今年前四个月有18只(不同份额基金合并计算)主动权益基金净值增长率超30%。其中,银华体育文化超过一季度领跑的诺安积极回报,净值增长率暂居第一,达69.26%。

观察该基金最新持仓,为清一色游戏、传媒相关个股。一季度末,该基金前十大重仓股为吉比特、三七互娱、昆仑万维、恺英网络、三七零、神州泰岳、蓝色光标、三人行、科大讯飞、姚记科技。

在银华基金2023年二季度策略会上,银华文化基金的基金经理唐能表示,观察ChatGPT能不能持续引领市场主线,可以关注两点:一是有没有更多科技巨头快速加入大模型生产的行列;二是运用大模型进行开发和改造,企业能不能推出特别有竞争力的产品,推动收入的提升。目前来看,这两个方面都非常正面,无论是大科技巨头的快速加入,包括大模型的应用端爆发,预估部分企业二季度可以快速兑现业绩。

此外,诺安积极回报、东吴移动互联两只基金今年以来的净值增长率超50%。前海开源沪港深乐享生活、银河文体娱乐主题、东吴新趋势价值线、招商优势企业、天治研究驱动、泰信行业精选今年以来的净值增长率均超40%。

基金长跑后劲足

拉长时间来看,主动权益型基金整体业绩表现亮眼。Wind数据显示,截至4月28日,148只(不同份额未合并)基金近三年净值增长率超100%,8只基金净值增长率超200%。

其中,原油QDII领跑近三年公募基金业绩榜单。嘉实原油、南方原油、易方达原油、国泰大宗商品近三年净值增长率超200%。

以近五年业绩来看,虽然经历过市场多次回调,仍有433只基金净值增长率超100%,27只基金净值增长率超200%。

在近五年业绩排行榜上,主动权益型基金发挥主动管理优势,领跑全市场基金。其中,倪超管理的金鹰信息产业近五年净值增长率近300%,达294.8%,周海栋管理的华商新趋势优选近五年净值增长率为287.73%。此外,祁禾管理的易方达环保主题、郑巍山管理的银河智联主题、廖伟彬管理的金元顺安元启近五年净值增长率均超250%。



视觉中国图片

4月最后一个交易日的一把“游戏之火”,直接助推年内第一只“翻倍基”诞生,华夏中证动漫游戏ETF今年以来净值飙升102.38%。

4月下旬,A股市场人工智能(AI)板块陷入调整,但在传媒、游戏等概念股的推动下,擅长押注相关赛道的部分主动权益基金净值在月底火速“超车”。银华体育文化超过一季度领跑的诺安积极回报,今年以来的净值增长率达69.26%。此外,拉长时间来看,近五年,有433只基金净值增长率超100%。

● 本报记者 杨毓玉

供需两端共振 基金人士看好旅游消费潜力

● 本报记者 赵若帆 葛瑶

“五一”期间,居民出行意愿高涨,餐饮休闲娱乐消费大幅攀升。基金人士表示,火爆数据的背后体现了大众高涨的消费热情。随着假期出行需求持续释放,国内消费行业的复苏确定性较明显。具体到投资配置,看好食品饮料、航空机场以及部分免税零售等标的。

经济复苏蹄疾步稳

火热的旅游市场成为中国经济复苏的缩影。今年以来,经济复苏蹄疾步稳,消费市场回暖也成为市场关注焦点。

合煦智远基金副总经理杨志勇表示,数据背后体现了大众高涨的消费热情。“今年‘五一’假期,压抑三年的家庭出游以及朋友结伴出游等意愿获得充分释放,享受生活、追求幸福感的美好愿望充分体现在各种订单数据中。加上利好消费政策频出,线下商务场景与消费场景异常火爆。”

“线下娱乐休闲以及旅游出行预订市场所表现出来的高景气度,正是供需两端共振的结果。”中加基金主动权益投资部的基金经理于成琨表示,从需求端来看,今年的“五一”假期有利于远途出行需求集中释放;从行业供给端来看,景区、影院、酒店、航空业的龙头公司也在过去三年经历了“苦修内功、打磨产品”的过程。

Wind数据显示,在4月14日至4月28日,申万旅游及景区指数跌近12%。杨志勇表示,这一调整或许源于此前旅游板块已有较大涨幅。“申万旅游与景区指数2022年涨幅达26.4%,其中有些个股甚至翻倍。申万酒店餐饮行业2022年涨幅28.8%,2021年上涨15.3%,2020年上涨18%,已连续三年上涨。2023年4月底正处于上市公司年报和一季报的集中披露阶段,市场会根据企业实际的业绩表现修正投资预期。”他说。

于成琨也表示,对比2019年的市值规模,旅游板块龙头公司基本都有50%—150%的涨幅。去年年底以来,旅行板块在出行预期的快速修复下迎来一波行情。今年3月末以来,板块修复增速边际趋缓,市场也对前期积累的过高预期进行了修正,随着业绩兑现期临近,不排除部分资金获利了结。

旅游消费确定性较强

虽然旅游板块出现回调,但长期来看,基金人士仍对“消费复苏”投资主线充满信心。对于消费行业的复苏态势,部分基金人士认为,随着假期出行需求持续释放,国内消费行业的复苏确定性较明显。

景顺投资高级基金经理刘徽表示,从线上旅行社此前的预订数据来看,旅游业在“五一”假期迎来强劲表现,这也表明消费复苏在二季度仍将持续。其

中,酒店、航空公司及免税店将成为假期消费热潮的主要受惠者。随着消费复苏,市场焦点有望逐渐转向经济数据和企业业绩。

放眼全球,外资人士普遍看好中国市场的“避风港”作用,而消费将成为关键驱动因素。富兰克林邓普顿研究所投资策略师陈夏仪认为,消费将成为关键驱动力,中国与发达经济体的增长差异,对中国企业的业绩和现金流来说,可能是个好兆头,中国市场将发挥资产配置多元化“避风港”作用。

具体到细分投资领域上,杨志勇认为,与假期消费直接相关的食品饮料、航空机场以及部分免税零售龙头企业将从中受益,具有较好的投资机会。“比如一季报显示,部分龙头白酒企业的业绩增速仍然高于20%。此外,航空企业从‘五一’开始进入业绩弹性最大的阶段,加之未来的暑假、中秋节、国庆节等,航空行业今年业绩有望超预期,出境客流量修复超预期也将提振机场领域的龙头企业。”

于成琨认为,在经历过前期的预期修复后,未来需关注板块内仍具成长性的公司。“板块内的公司能否证明自身有足够的业绩兑现能力,以及进一步超预期的成长性,将成为影响后续走势的关键。”在于成琨看来,景区主流标的业务模式相对成熟,投资者可关注更具外延拓展空间的标的;酒店和航空方向具有一定周期属性,需要持续关注价格水平能否顺利延续。

禁止多层嵌套 限制总杠杆

私募基金运作迎严约束

● 本报记者 王宇露

为加强私募证券投资基金自律管理,进一步规范私募证券投资基金业务,保护投资者合法权益,促进私募证券投资基金行业规范发展,中国证券投资基金业协会起草了《私募证券投资基金运作指引》。《运作指引》共32条,对私募证券投资基金的募集、投资、运作管理等环节提出规范要求。日前,中基协就《运作指引》向社会公开征求意见,反馈截止日期为5月12日。

严控募集条件

募集要求方面,《运作指引》明确私募证券投资基金初始募集及存续规模不得低于1000万元,与《私募投资基金登记备案办法》衔接。基金合同中应当明确约定,除市场波动导致净值变化外,连续60个交易日出现基金资产净值低于1000万元人民币的,该私募证券投资基金进入清算流程。

同时,《运作指引》强调禁止通道业务,私募基金管理人应当对投资者资金来源的合规性进行审查,不得由投资者或其指定第三方下达投资指令或者自行负责投资运作,不得为金融机构、其他私募基金管理人,金融机构资产管理产品以及其他私募基金提供规避投资范围、杠杆约束、投资者门槛等监管要求的通道服务。

此外,《运作指引》强化投资者适当性要求;规范申赎管理,要求私募证券投资基金开放申赎频率不得高于每月一次;明确基金合同应当约定投资者不少于6个月的份额锁定期安排;要求私募证券投资基金审慎设置预警线、止损线及触发后的相关安排。

集中押注式投资受限

《运作指引》在投资要求方面提出以组合投资为核心的基本投资管理要求,对投资单一资产的比例做出限制,明确私募基金应当以风险管理、资产配置为目标开展衍生品交易等,禁止多层嵌套,限制总资产不得超过该基金净资产的200%等。

具体来说,单只私募证券投资基金投资于同一资产的资金,不得超过该基金净资产的25%;同一私募基金管理人管理的全部私募证券投资基金投资于同一资产的资金,不得超过该资产的25%。

同一实际控制人控制的私募证券投资基金管理人的自有资金、管理的所有私募证券投资基金、担任投资顾问管理的资产管理产品合计持有单一上市公司发行的股票不得超过该上市公司可流通股票的30%,中国证监会、中基协另有规定的除外。

《运作指引》重申、明确规范债券投资行为,要求分散投资,促进规范运作。单只私募证券投资基金投资于同一债券的资金,不得超过该基金净资产的10%。私募基金管理人管理的所有私募证券投资基金投资于同一债券的数量,不得超过该债券存续数量的10%。单只私募证券投资基金投资于同一发行人及其关联方发行的债券总额比例不得超过基金净资产的25%。私募基金管理人管理的所有私募证券投资基金投资于同一发行人及其关联方发行的债券的总数量,不得超过相关债券存续数量的25%。

此外,私募证券投资基金架构应当清晰、透明,不得通过设置复杂架构、多层嵌套等方式规避监管要求。私募证券投资基金投资于其他私募证券投资基金或者金融机构发行的资产管理产品的,应当明确约定所投资的私募证券投资基金或者资产管理产品不再投资除公开募集基金以外的其他私募证券投资基金或者资产管理产品。

给予充分过渡期安排

运作管理要求方面,《运作指引》要求私募证券投资基金管理人建立健全内部制度,遵循投资者利益优先与公平交易原则,防范利益输送;压实托管人投资监督责任,按要求报送信息;要求规模以上私募证券投资基金管理人定期开展压力测试、建立风险准备金制度等;进一步细化对私募证券投资基金投资运作(如衍生品、境外资产等特殊交易)的信息披露要求;明确不同规模私募证券投资基金管理人和私募证券投资基金信息报送工作要求。

《运作指引》施行后,新备案的私募证券投资基金按照《运作指引》要求执行。同时为减少新老基金的套利空间,对存量基金针对不同情况提出差异化整改要求,并对重点条款的整改给予充分过渡期安排。

对于违反投资范围要求、开展通道业务、不符合最低存续规模等触及底线要求的存量基金,《运作指引》施行后不得新增募集规模及投资者,不得展期,新增投资活动获得须符合《运作指引》要求,合同到期后予以清算。

对于不符合《运作指引》中关于投资集中度、嵌套层数、杠杆比例、债券及衍生品交易等投资要求的,给予12个月整改过渡期,不强制要求修改基金合同。《运作指引》实施后存量基金新募集的投资者要求设置不少于6个月的份额锁定期。

对于存量基金发生基金合同变更的,变更后内容应当符合《运作指引》要求;基金合同存续期限发生变化的,应当按照《运作指引》修改基金合同。存量基金中无固定存续期限的私募证券投资基金,要求在《运作指引》施行后12个月内,修改基金合同,约定明确的基金存续期,以促进目前存量永续基金限期整改。

挖掘假期营销新机遇 基金投教“另辟蹊径”

● 本报记者 魏昭宇

“五一”假期之前,不少基金公司推出了丰富多彩的投教营销活动,如直播、互动评论等,深度挖掘假期期间的营销新机遇。

业内人士表示,想要在“注意力经济时代”把投教工作“做出圈”,不能只满足于简单地“蹭热点”,还需要在宣推活动中站在受众的角度,为投资者提供多样化的投教内容产品。

搭上假期“顺风车”

基金公司在长假之前的常规营销操作是通过公司平台发送推文。如汇添富基金于4月27日发布了公众号文章《假日出行,除了门窗水电,还要检查这件事儿!》,为投资者提供了闲置资金的理财方案。汇添富基金表示,在4月27日下午3时之前充值现金宝,可在4月28日开始计算收益,“五一”假期收益不

间断。

“五一”期间,居民出行意愿空前高涨,旅游景点被人群“挤爆”的情形刷屏网络。借“五一”长假的由头,向投资者分析消费行业的投资机遇,成为不少基金公司的投教宣推思路。富国基金发布公众号文章《五一出行彻底爆了,加入“旅游特种兵”前别忘了这个投资机会!》,在文中分析了“五一”期间的各项出行、消费数据,同时从中观、宏观维度分析了年初以来的消费复苏行情。“复苏线上最先恢复的肯定是出行链,很多还是面对C端的消费。从人性角度理解,报复性出行比报复性消费更为迫切,比如工作方面肯定要把耽误的出差补上。在我看到的这些细分行业中,这一赛道是确定性比较高,而且弹性比较大。”富国基金的基金经理王园园在文中表示。

“五一”节后该如何投资,也成为不少投资者迫切关注的话题,不少基金公司“先发制人”,在天天基金、支付宝等平台提前上线

了相关直播活动的预告。汇添富基金表示,将于5月4日邀请汇添富投顾经理肖锋做客直播节目《节后速递!五一一大事件盘点!》。此外,中信保诚基金将上线直播节目《节后开门红吗?》,中加基金将上线直播节目《长假归来 投资如何布局?》。

深挖营销热点

由某一营销热点出发,开展投教活动常常能获得意想不到的流量。浙商基金抓住“淄博烧烤”这一热点话题,上线了《从淄博烧烤到五一长假看消费复苏》的直播节目,借“淄博烧烤”这一网上讨论热度极高的话题,分析旅游、食品饮料、高端消费等多个消费细分板块的投资机会。支付宝平台数据显示,该节目在约一个小时的直播时间内收获了近1.5万的点赞量。

投教内容一定要围绕基金投资么?中欧基金给出了新答案,在内容选题方面,中欧

基金似乎已经不再满足于基金理财方面的投教知识普及,而是将投教内容扩展到了生活的方方面面。比如在“五一”长假期间,中欧基金的“牛欧欧de1分钟理财”栏目推出了《特种兵旅游之买不到坐票怎么办?》《摆摊就能月入过万?这是真的吗?》《准备出去玩?当然要怎么划算怎么来!》等多条短小精练的视频,从经济学、行为心理学等角度分析了“五一”期间有趣生活现象背后的经济知识,上述视频均获得了不错的点赞量和转发量。

近两年,在投教营销宣传方面,不少基金公司已经不再满足于传统渠道的广告投放,而在新媒体平台进行更多创新和尝试。“现在投教活动形式越来越‘活’。”上海某头部基金公司工作人员对中国证券报记者说:“我们现在的目标是希望能够走出一条特色化道路,在做到专业化的基础上,把互联网思维融入投教营销活动中,摸索出一条属于投教领域的运营制作道路。”