

发起式基金业绩不俗 中小基金公司“以小博大”

□本报记者 徐金忠



基金行业的“马太效应”愈演愈烈，但是，竞争的大门并未完全关闭，行业中仍有不少参与者各路突围。在今年以来的结构行情中，发起式基金成为不少基金公司的突围法宝。

中国证券报记者发现，在发起式基金推出十余年以来，中小基金公司成为这一“便利武器”的重要获益者。发起式基金成为它们在行业中求生乃至求胜的“火种”。而在结构性行情中，主题型、行业型的发起式基金更是成为中小基金公司逆风翻盘的机会所在：业绩突出的主题型、行业型发起式基金上演“以小博大”的戏码。

当然，真正能够打出这样“好牌”的基金公司也并不多见。“就像是幸运地拿到一手小顺子，能够压对手一两把牌，但真正要赢得牌局，我们还是处于明显的劣势。但是，小赢也是赢。”上海一家中小型基金公司总经理表示。

今年以来业绩表现优异

基金管理人在募集基金时，使用公司股东资金、公司固有资金、公司高级管理人员或者基金经理等人员资金认购基金的金额不少于1000万元人民币，且持有期限不少于三年，以这样的方式募集成立的基金产品，叫做发起式基金。

自2012年首只发起式基金成立以来，这一行业的创新，看似“古早”，却在今年以来迎来高光时刻：多只发起式基金霸榜年内业绩排行榜。

Wind数据显示，在今年以来的业绩榜单中，华夏中证动漫游戏ETF联接、国泰中证动漫游戏ETF联接、广发电子信息传媒产业精选、国泰中证全指通信设备ETF联接、广发中证传媒ETF联接等发起式基金排名靠前。

即便是剔除ETF基金及其联接基金，仍有不少发起式基金今年以来表现优异。Wind数据显示，除了广发电子信息传媒产业精选外，还有西藏东财中证云计算与大数据主题指数增强、嘉实信息产业、德邦半导体产业、天弘中证人工智能主题、西藏东财中证通信技术发起式基金今年以来取得明显的正收益。

观察发现，这些业绩表现突出的发起式基金，一般聚焦今年的市场主线，特别是AI浪潮带来的投资机会。它们的主题性、行业性特征明显。以广发电子信息传媒产业精选为例，该基金重点关注电子信息传媒（TMT）产业上市公司的投资机会，通过自下而上的深度挖掘、精选个股，力争为基金份额持有人获取长期稳健的超额回报。基金季报显示，广发电子信息传媒产业精选一季度末的合计规模约7.70亿元，前十大重仓股包括讯飞股份、神州泰岳、中国科传、金山办公、神州数码、三六零、中国软件、寒武纪、大华股份和浙数文化。无疑，这只基金是站在了AI浪潮的风口。

需要指出的是，这些发起式基金，随着业绩持续有较好表现，规模迎来了明显的跃升。广发电子信息传媒产业精选2017年12月成立时的规模为1468.90万元。2018年末至2022年末的规模分别为3654.37万元、6087.63万元、3.16亿元、3.99亿元和1.96亿元。可以看到，该基金在基金合同生效三年以后，高于2亿元基金资产的门槛，迎来规模的稳步发展。嘉实信息产业则更是展示了热门行业赛道发起式基金的规模跃升传奇。公告显示，这只基金成立

于2022年12月16日，A、C份额的成立规模分别为1097.74万元和6.46万元，到今年一季度末，这只基金的A、C份额规模分别为1.79亿元和2.38亿元。

此外，在发起式基金今年以来的业绩表现中，还演绎了中小基金公司“以小博大”的精彩戏码。Wind数据显示，在今年以来正收益超过20%的发起式基金中，德邦基金、华润元大基金、创金合信基金、财通证券资管、红土创新基金等中小型基金公司旗下产品榜上有名。

举例来看，截至6月21日，德邦基金旗下德邦半导体产业A/C今年以来的收益率分别为48.25%和47.98%，华润元大基金旗下华润元大价值优选A/C的同期收益率分别为39.67%和39.15%。创金合信基金旗下的发起式基金，更是全面开花，创金合信软件产业A/C、创金合信科技成长A/C、创金合信芯片产业A/C今年以来的收益率均在20%以上。

中小基金公司借助绩优发起式基金“以小博大”，获得了实打实的好处。基金季报显示，德邦半导体产业一季度末的规模约为8.80亿元，去年末这一数据则为1.90亿元。创金合信基金前述的发起式基金“三剑客”一季度末的规模分别为2.60亿元、6.61亿元和3.00亿元，去年末上述发起式基金的规模分别为0.84亿元、2.89亿元和1.84亿元。

“公司旗下的几只行业主题类发起式基金，今年以来业绩表现不错，是当前公司持续营销的重点产品。此外，这些基金C份额的规模自然增长也比较明显，在电商渠道，投资者对产品的认可度也较高。”深圳一家中小基金公司华东区域销售负责人表示。

中小基金公司积极布局

事实上，如果全盘统计全市场现存的发起式基金，可以看到中小基金公司在其中的重拳布局。除了上述中小基金公司外，朱雀基金、兴华基金、泰康基金、中加基金、圆信永丰基金等基金公司，均在发起式基金上有重要布局。虽然，在产品数量和规模上，中小基金公司的发起式基金并不占据优势，但如果以规模占比来说，中小基金公司旗下的发起式基金显然在公司内部具有举足轻重的位置。

Wind数据显示，创金合信基金旗下的发起式基金多达66只（不同份额分别计算），最新的

规模总和达251.17亿元，一季度末，创金合信基金的公募基金管理总规模约为1068.64亿元，发起式基金约占四分之一。

同样，德邦基金旗下的发起式基金也有9只（不同份额分别计算），最新规模约20.68亿元。其中，仅有一只为债券基金，最新规模约10亿元。一季度末，德邦基金的公募管理规模约277.89亿元，如果剔除债券基金和货币基金，剩余规模约为37.15亿元，发起式基金在其中的占比优势，可想而知。德邦基金以发起式基金作为重要的发展抓手。“（德邦基金）重视年轻人的培养，未来在布局一些公司看好的热门赛道发起式基金时，会给年轻基金经理甚至优秀研究员更多的机会。相比一般的基金公司，我们的培养周期会更短。”德邦基金总经理张騫此前曾公开表示。

中小基金公司在发起式基金上的布局还在继续。从今年以来新基金发行情况来看，在基金发行遇冷的情况下，发起式基金成为不少中小基金公司难得的发行亮点。例如，东财基金今年以来成立的发起式基金就包括东财产业智选、东财成长优选、东财价值启航、东财景气成长、东财远见成长、东财时代优选等。

即便是管理规模仅1.15亿元的瑞达基金，也在今年发行成立了发起式基金瑞达先进制造，基金公司运用自有资金认购1000万元。

“这些基金的成立规模多在1000余万元左右，恰是基金公司后续投资撒下的‘火种’。”华宝证券基金分析人士表示。在他看来，基金公司通过布局发起式基金，给自己留下未来竞争的可能。“中小基金公司主要是拼行业赛道型发起式基金，公司出钱保成立，等到行业和主题的风来，就有出类拔萃的可能。”

当然，也有基金公司似乎在发起式基金出现小赢的时候，未能充分发力。

以华润元大价值优选为例，尽管今年以来该基金的A、C份额均收获了近40%的收益，但是，截至一季度末，该基金的总规模仍然仅有2962.19万元，而去年年底该基金的规模为2863.58万元，期间规模增长近乎停滞。目前，该基金4月以来的规模变化尚未披露。如果延续此前停滞不前的态势，这只成立于2020年7月24日的发起式基金将面临黯淡前景：基金合同生效之日起三年后的对应自然日，若基金资产规模低于2亿元，该基金应当按照基金合同约定的程序进行清算并终止，且不得通过召开基金份额持有人大会的方式延续。

机会空间不断变小

发起式基金，特别是阶段性表现较好的发起式基金，确实让部分中小基金公司得到了难得的打胜仗的机会，即便是小赢，那也是赢。

不过，中小基金公司在发起式基金上的机会空间正在不断变小。梳理目前存续的总规模为2.56万亿元的2700余只发起式基金，可以看到，行业巨头在其中的攻势也十分凌厉。从发起式基金的绝对数量来说，易方达基金、广发基金、富国基金、中欧基金等行业巨头，同样是这一赛场的重要玩家。

“一只基金要出1000万元的发起资金，锁定期三年，这对于中小基金公司来说，还是一笔不小的开支。在行业整体业务增速下降、利润空间压缩的背景下，不少中小基金公司不一定有这个财力去做。”前述华宝证券基金分析人士表示。

而且，行业人士也表示，行业和主题类的发起式基金布局，一定要布局全面一点，这样才能东边不亮西边亮。这显然超出了很多中小基金公司的能力范围。

另外，即便是有一两只发起式基金产品阶段性有明显超额收益，超过头部基金公司旗下基金产品，但能否转化为现实的基金规模，能否维持较好的收益表现，都还存在着一定的疑问。“发起式基金业绩比较好，是给了一个能在行业中拼的机会，但是后续持续营销，还要看基金公司的渠道资源，后续能不能延续较好业绩表现，还要看基金公司的投研能力。小赢之后想要大赢，很难；小赢之后想要长赢，也很难。”某个人系基金公司市场体系分管副总表示。

事实上，关于发起式基金阶段性业绩小赢的持续性，业内人士存在着担忧，他们认为，一方面，很难界定发起式基金的业绩阶段性领先有多大程度上可以归因为这一产品形式；另一方面，发起式基金在业绩好的时候顺势营销，可能在后续带来新增规模“反噬”的严重后果。

“业绩表现好，其实与这只基金是发起式还是一般形式的基金产品关系不大，只是恰好发起式的行业和主题基金站在了风口。中小基金公司自然可以借机做大发起式基金，顺势营销容易带来规模。但是一定要注意后续可能的风险，大量的新增资金涌入，让基金的投资难度提升，极易出现业绩难以持续的问题。”第三方基金销售平台人士表示。