

次新产品“卸妆” 规模缩水凸显基金公司窘态

□本报记者 徐金忠



视觉中国图片

随着公募基金二季报陆续披露,次新产品的最新份额情况浮出水面。中国证券报记者发现,在今年以来发行疲软的市场环境中,次新产品人为“上妆”、规模注水的情况并不少见。

如今,次新产品“卸妆”,规模也出现“缩水”,凸显出背后基金公司的窘态。值得注意的是,不少“踩线”2亿份成立的产品,在经历一个多季度后,规模缩水程度严重,有成立规模在2.2亿份左右的次新产品,二季度末的份额仅700多万份。此外,有次新基金公告,基金资产净值连续低于5000万元,可能触发基金合同终止。

“倒腾规模的窘态,在当下的市场环境中显露无遗。行业内部分公司已经想办法扭转这一情况,只是行业的惯性还在。不过,对于中小基金公司来说,规模还是生命线,生死存亡之际,也就顾不得窘与不窘了。”一家个人系基金公司高管表示。

次新基金份额显著下降

基金二季报完成披露,部分次新产品在规模上“注的水”“化的妆”,就瞒不住了。特别是今年以来偏弱的发行环境中,拼尽全力倒腾规模成立的基金,正在被市场无情地卸去“妆容”,被迫“素颜朝天”。

某ETF联接基金在年初成立以来,已经上演了“楼起楼塌”的戏码。这只成立于今年开年的次新产品,二季度末的基金份额仅为700余万份,而在成立之初,该基金宣布提前结束募集,踩线募集约2.21亿份。事实上,这只次新产品在一季度末就已经遭遇滑铁卢,当时基金份额就已经降至700余万份。

无独有偶。另外一只指数基金,同样在成立后上演了资金“大逃亡”。这只同样宣布提前结束募集的指数基金,在1月中旬成立时,规模约9.10亿份,一季度末的基金规模降至1.20亿份;到了二季度末,规模略有“回血”,约为1.23亿份。

指数型产品因为受到市场短期影响较大,规模的起落或许还能更多地解释为市场因素。那么,部分主动权益产品的规模短时间大变脸,背后的人为因素无疑更加明显。

例如,一只成立于今年3月的产业优选混合基金,成立时的规模为2.62亿份,4月初该基金开放日常申购(赎回、转换、定期定额投资)业务。二季报显示,截至二季度末,该基金的基金份额仅剩4600余万份,所剩规模不及成立规模的零头。

另两只碳中和主题的次新产品,在规模的大幅缩水方面如出一辙。其中,一只碳中和主题基金成立于1月中旬,成立规模约2.97亿份。不到一个月后,该基金开放日常申购、赎回、转换、定期定额投资业务。一季度末,该基金的规模仅剩5800余万份,到了二季度末,该基金的份额约为5900余万份。另一只碳中和主题基金在1月中旬宣布提前结束募集,并在1月18日宣布成立,成立时的规模为3.54亿份。同样,在一个月后,该基金开放申购。一季度末,该基金的规模降至1700余万份,到二季度末,基金份额继续缩

水至1500余万份。

此外,还有基金公司旗下的“专精特新”基金在短时间内规模缩水。该基金在成立时的规模尚有3.77亿份,在2月中旬打开申购后,一季度末的规模为1.09亿份。二季度末,基金份额为9100余万份,规模进一步缩小。

据中国证券报记者观察,还有一些特定品类的基金产品,成为规模大变脸的风险高发区,其中,此前火爆异常的同业存单产品,就出现了规模暴跌的情况。例如,成立于今年1月12日的一只存单AAA指数7天持有期基金的成立规模为60.92亿份。一季度末,基金规模骤降至14.02亿份,二季度末则进一步缩水至6.38亿份。5个多月时间,这只基金的规模几乎骤降9成。“没赶上同业存单指数的好时候,即便是拼命发出来,那也还是留不住资金,最后真正有效规模很有限。”有基金公司产品部门负责人如此点评。

中国证券报记者统计发现,今年以来规模大幅缩水的基金产品,多数是中小基金公司旗下的基金产品。大型基金公司的产品一般规模缩水幅度较小,且规模缩水后还能维持正常运作的基金规模。由此可见,在基金发行低潮之下,中小基金公司的基金产品在勉强成立后,大多最后“尘归尘土归土”,新发规模的保持能力较差。

“行业的生态环境、竞争环境已经‘折叠’。对于大公司来说,是发多发少的问题,对于小公司来讲,是是否存活下去的问题。新发必须保住,这样公司才能有产品,才能在市场来风时,还有一点机会。”一家个人系基金公司高管无奈地表示。

部分基金公司“避而不战”

在新发基金上,中小基金公司“不得不战”,勉强在规模方面达标,最终却“无可奈何花落去”。这样的窘态,已经在市场面前展露无遗,更有甚者,部分次新产品已经宣布基金资产净值连续低于5000万元,可能触发基金合同终止。

具体来看,某基金公司在6月8日第一次公告旗下产品连续30个工作日的基金资产净值低于5000万元。这只产品是在1月17日成立的次

新基金,在发行阶段,该基金公告提前结束募集,最终成立规模为2.02亿元,可谓“踩线”成立。3个月后的4月17日,该基金开放日常申购、赎回、定期定额投资业务。二季度末,该基金的规模为4500余万份。7月1日,基金公司公告,截至2023年6月30日,该基金已连续45个工作日基金资产净值低于5000万元,特此提示。不过,此后,该基金公司再无继续发布提示性公告,显示该基金已阶段性脱离“可能触发基金合同终止情形”的窘态。

这样的窘态,实际上是将基金公司在新发产品上的规模“注水”公之于众。“踩着线成立、规模快速缩水,这样的事情一环一环曝出来,基金公司的这点小心思,怎么藏得住?”有行业观察人士直言。有意思的是,该基金发布的一季报让投资者进一步窥探到新发产品中的那点“小九九”:1月17日到3月31日期间,有机构申购约5000万份,份额占比为24.80%。须知,彼时该基金还尚未开放日常申购,这5000万份基金份额只能来自于新发认购。

与这些在次新产品规模上倒腾并最终显露窘态的基金公司不同,从今年以来的发行市场可以看到,不少基金公司选择“避而不战”,避免在疲软的发行市场上倒腾规模。

“重持营不重新发,这是我们年初以来工作中的基调。公司对我们的考核,在进入三四月份,发行市场明确遇冷后,已经完全转向,新发压力已经靠后了。7月份召开的年中工作会,分管市场的公司副总经理新的表态是:从长期的角度理解弱化新发这件事情。总体的意思就是接受新发可能长期偏弱的情况,工作精力放到持营的细化落地。”深圳一家基金公司华东片区销售负责人表示。

从第三方销售机构反馈的信息也显示,此前倒腾新发规模的险数已经迎来严格监管,顶风作案的风险太大。“我们都在优化考核体系,帮新发基金找规模,甚至是花钱买规模的事情,行业里都不太玩了。3月份有基金公司为新发规模找过来的,给的对价也很好,但是,我们评估了风险,还是放弃了,对方后来也觉得这样的规模留不住,会成为后面的风险事件。”有不愿具名的基金销售平台人士告诉中

国证券报记者。

高挂“免战牌”的方式方法还很多,发起式基金显然成为基金公司“避战”的重要手段,而且,对于很多基金公司来说,发起式基金的布局,属于在新发领域的积极防御,既避免了硬发、乱发的压力,又能为后续业务储备资源。

规模之争难言终结

“正确处理处理好规模与质量、发展与稳定、效率与公平、高增长与可持续的关系”“弱化规模排名、短期业绩、收入利润等指标的考核比重”“切实摒弃短期导向、规模情结、排名喜好”“将销售保有规模、投资者长期收益纳入考核指标体系”等,是监管部门加快推进公募基金行业高质量发展提出的各项要求。

不过,具体到行业实践中,对于规模的认知,各基金公司可谓大相径庭。

中国证券投资基金业协会发布数据显示,截至2023年6月底,我国境内共有基金管理公司144家,其中,外商投资基金管理公司48家(包括中外合资和外商独资),内资基金管理公司96家;取得公募基金管理资格的证券公司或证券资产管理子公司12家、保险资产管理公司1家。以上机构管理的公募基金资产净值合计27.69万亿元。

“具体公司看到的规模与监管和行业看到的规模,还不是在一个层次上的问题。我们对规模的理解,更多的是盈亏平衡线、自身造血功能的问题。”前述个人系基金公司高管表示,“对于我们来说,需要先让自己吃饱,后面才能想怎么吃得好的问题。不过,监管给予的方向性指导,为我们在‘要规模’的路上避开一些陷阱提供了很重要的提前预警。”

一位银行系基金公司高管也表示,公司的高质量发展建立在现有业务规模的基础之上。“固收是银行系基金公司发展的基础,这一基础的管理规模给了我们后续多元化发展的底气。”他说。

综合来看,各基金公司对于规模的诉求并不是“有与无”的问题,而是取之有道、高质量发展的新情况。