

“冰点”播种 公募借力发起式基金低位布局

今年以来,超过200只发起式基金发行,这一数量已远超去年和前年同期。作为基金发行低迷时基金公司青睐的一种产品形式,业内人士认为,一方面发起式基金降低了募集门槛,另一方面基金公司选择低点布局也可借机积累长期投资业绩。

展望未来,基金人士表示,市场经历一个阶段性的弱势调整后,风险已得到一定释放,或迎来良好布局时期。

●本报记者 张凌之 万宇



新华社图片



今年以来,随着A股市场持续调整,新基金发行进入“冰点”。Wind数据显示,今年二季度以来,新基金发行数量和规模呈逐渐减少之势,4月至7月,新成立基金(按认购起始日统计,下同)的数量分别为125只、88只、58只、58只,新成立基金规模分别为1001.36亿份、926.50亿份、617.87亿



份、372.22亿份。截至8月15日,8月新成立基金的数量和规模分别为7只和193.11亿份。

在新基金发行的“冰点期”,不少基金公司选择布局发起式基金。Wind数据显示,截至8月15日,今年以来新发行的发起式基金(名称中含有“发起式”的基金)共有228只(按认购起



按产品类型来看,今年新发行的发起式基金涵盖各种不同的基金类型,其中,偏股混合型基金、被动指数基金和FOF是今年以来新发行的发起式基金较多的类型。

今年新发的发起式基金基金公司中,既有基金管理规模较小的公司,也不乏易方达基金、华夏基金、汇添富基金等头部公司,华夏基金甚至有超过20只发起式基金在今年



当前是不是投资布局的良好时点?多家基金机构给出判断。富荣基金认为,市场出现了较大幅度的短期下跌或仍有下跌的惯性,但基于处于估值底部区间、潜在政策利好积聚等因素,市场或迎来一次好的布局时期。结构上,建议价值成长均

衡配置。

百嘉百瑞混合型发起式基金拟任基金经理黄艺名表示,展望后市,当前经济温和复苏,稳增长政策加码,支持制造业、消费、投资相关稳增长政策陆续出台。美联储加息节奏进入尾声,外部环境阶段性预期缓和,且A股市场

投资。

排列网财富研究员隋东表示,从目前来看,这波涨势的市场成交量未能持续放大,体现了投资者的担忧,因此走势出现分化。当前市场存量博弈、量能不足的情况下,不足以支撑“大象起舞”,资金不得不选择盘子更小的中小券商。

公募基金提前布局

券商板块近期的出色表现,也让不少布局其中的基金收获满满。Wind数据显示,截至8月15日,自7月底以来,近50只券商行业主题基金净值上涨超10%,其中易方达、富国、天弘、南方的多只中证全指证券公司ETF以超15%的涨幅领先。

不过,记者观察发现,二季度末主动权益基金显著低配非银金融等低估值行业。同时,也不乏明星基金经理提前占据券商股投资先机。

Wind数据显示,截至二季度末,华泰证券获110只基金重仓持有5.17亿股,二季度获公募基金加仓达4922.74万股;华安证券、长江证券、国泰君安均获公募基金加仓超1000万股。

其中,明星基金经理周蔚文管理的中欧新蓝筹、中欧新趋势、中欧精选在二季度分别增持1355.11万股、1133.54万股、713.8万股华泰证券,位居加仓梯队前列。百亿基金经理唐晓斌等掌舵的广发多因子也在券商股上重仓布局,华泰证券、中信证券和东方财富均现身该基

始日统计),这一数据已经超过2019年和2020年全年,2019年和2020年新发行的发起式基金分别为212只和222只;也超过了2021年和2022年同期新发行的发起式基金数量,分别为164只和201只。

在成立规模方面,今年新发行的发起式基金中,多数基金的成立

规模较小,不过也有一些发起式基金规模超过20亿份,但均为债券型基金。

在认购户数方面,今年新成立的发起式基金中,有38只认购户数在10户以下,其中,安信永泽一年定开、中金恒新90天持有等11只基金认购户数只有1户。

终止,同时不得通过召开持有人大会的方式延续。

此前,已有不少发起式基金因资产规模不达标黯然退场。例如,中邮中证价值回报量化策略指数型发起式基金自2018年11月29日起成立并正式运作,至2021年11月29日,基金资产净值约为0.33亿元,基金资产规模低于2亿元,触发自动终止条款,基金合同自动终止。

字经济顶层设计和AI应用审批有望加速的成长板块,如计算机、传媒、通信等行业;看好受益于“活跃资本市场”的龙头券商板块中期表现;在利率下降背景下,招商基金持续看好高股息

运营、能源石化、电力与公用等行业或领域。

习惯了强调业绩优异、宣传长期涨幅排名靠前的基金公司,竟然将指数跌幅作为宣传卖点,这让不少同行感到诧异。

对此,该基金公司市场人士回应称:“这是渠道同事面向特定客群宣传的材料,因为ETF的客群以股民为主,一些投资者比

级管理人员变更未按规定及时报告,基金产品信息未按规定及时填报更新;二是未对部分在管基金产品进行风险评级。

强化合规意识

针对近日私募管理人屡因违规被监管“点名”的现象,记者向三方托管机构、代销平台求证了私募管理人当前的信息报送流程。

有券商人士表示,当前私募在托管部门只有三方净值监测,对于私募管理人相关材料的上报,托管部门则会进行督促。

“我们三方机构做的合规日历都有填报提醒。”某证券公司私募基金托管部相关人员表示,“我们基本上一周都要举办2-3次活动,都会请律师事务所的专业人员去给私募管理人做培训,如从监管视角为私募基金管理人划证监局检查重点,并请专业律师分享实操经验,强化管理人的合规意识。”

行业加速出清

近年来,私募机构监管趋严,行业新陈代谢加速。中基协网站显示,2023年以来,共有2055家私募被注销,其中,主动注销、依公告注销的私募数量分别为403家、36家,而其余1616家均被中基协注销,同比大幅增长328.65%。相比之下,2022年同期有1208家私募注销,其中仅377家被中基协注销。

IPG中国首席经济学家柏文喜表示,一方面,一些私募可能面临资金压力或无法达到预期收益,选择注销。另一方面,对于一些涉嫌违法违规或不具备经营展业条件的私募基金管理人,监管机构加大了审查力度,迫使问题私募退场。总而言之,私募注销数量大增体现出监管部门正不断加强私募行业规范管理。

引导“越跌越买” 基金业现“反向营销”新苗头

●本报记者 张舒琳

近期,基金行业掀起一阵“反向营销”潮流。在医药板块股价震荡之际,基金公司反而频繁推出医药主题直播,力推医药指数基金。此前,更有基金公司在宣传旗下指数产品时,将跟踪指数跌幅居前作为吸引投资者的卖点。在一些银行和互联网渠道App上,纷纷设置逆向营销专区,主推低估值行业产品,其中不乏近一年跌幅超过25%的基金。

业内人士认为,呼吁低位布局成为行业共识,但从实际情况来看,引导投资者对此“买单”仍需要多方共同努力。

反向营销火“出圈”

医药反腐话题热度近期居高不下,与此同时,不少基金公司加大宣传力度,力推医药基金。打开天天基金、蚂蚁基金等互联网代销平台的基金直播间,医药成为近期最火的话题。“医药至暗时刻已过?”“底部反转,医药能上车了吗?”等主题直播,频繁出现在基金公司的直播间。

基民也用行动诠释了越跌越买:8月以来,在一众窄基指数ETF中,医药ETF备受青睐,资金净流入金额超过40亿元。其中,华宝中证医疗ETF、易方达沪深300医药卫生ETF分别净流入17.54亿元、13.54亿元。

不久前,一家基金公司的反向营销更是直接火“出圈”,一只冷门行业指数ETF在宣传海报上,赫然印着一行大字:“近一年以来跌幅排名72/1141,或具备反弹空间。”

习惯了强调业绩优异、宣传长期涨幅排名靠前的基金公司,竟然将指数跌幅作为宣传卖点,这让不少同行感到诧异。

对此,该基金公司市场人士回应称:“这是渠道同事面向特定客群宣传的材料,因为ETF的客群以股民为主,一些投资者比

私募行业新陈代谢加速

●本报记者 朱涵

近期,在监管趋严的背景下,针对私募机构各项违规的监管函不断出现,且不乏百亿私募身影。中国证券报记者梳理发现,这些私募机构大多存在产品和人员信息未及时披露、在开展私募基金业务中未勤勉谨慎履行管理人职责等问题。整体来看,私募受罚较多与未尽审慎勤勉、恪尽职责义务有关。此外,私募未合规运作也是一大原因。

业内人士表示,当前有部分私募机构重心偏向投研,甚至没有专门的合规风控部门,私募管理人对合规、信披意识不强。未来私募管理人在专注提升自己投研能力的同时,更应注重强化合规意识,守住风控底线。

百亿私募被出具警示函

在近期的监管函中,频现百亿私募管理人的身影。仅8月以来,就有2家百亿私募管理人被出具警示函。

8月3日,深交所官网显示,玖鹏资产作为管理人的玖鹏大鹏精选20号私募证券投资基金曾为东易日盛家居装饰集团股份有限公司5%以上股东,2022年7月25日,玖鹏基金通过大宗交易减持的方式将其持有东易日盛股份比例由5.99%下降至3.99%,其在持有东易日盛股份比例下降至5%时,未按照《上市公司收购管理办法》第十三条的规定停止交易。上述行为违反了《上市公司收购管理办法》第七十五条的规定,现对公司采取出具警示函的行政监管措施。

8月7日,四川证监局官网显示,中信证券控股百亿级私募中信产业投资基金公司被“点名”。四川证监局调查发现,中信产业基金存在两项违规行为:一是高

较专业,擅长抄底。”

他表示,要注意的是,宣传越跌越买也要强调注意风险,并非所有人都适合这种投资方式。

渠道发力引导低位布局

不止基金公司,基金代销渠道也在发力逆向营销。

一位业内人士表示:“近期,有些销售询问基金公司营销人员有没有跌得多的基金,甚至让赶紧更新营销材料。”

在民生银行App基金销售专区,则专门设置了逆向优选区域,并对基金申购费率实行一折优惠。这一区域的产品榜单,不乏近一年跌幅超过25%的基金。

此外,蚂蚁基金也上线了潜力行业专区,按照安全边际排序,新能源、大科技、机械设备、环保、光伏、电池等,均被定义为安全边际高的行业。

不过,宣传“买跌”的做法在行业并未全面铺开。多家公募基金渠道人士表示,客户主动询问“买跌”的情形仍然较少。

有渠道人士更是对此表示质疑:“跌得多就会反弹得多吗?毕竟是细分行业,不是宽基指数,有可能是行业基本面无问题才引发大跌。”他表示,渠道一般不会营销“买跌”策略。

基金公司、渠道合力引导低位布局,基民对此买账吗?

一位券商系公募人士直言:“我们和客户接触的实际感受还是‘骂声一片’,跌得多的基金没人买单。”

“现在基金公司都在强调低点布局,但实际情况是,客户并不愿意买单,同一只产品在牛市发行,也许能卖30亿元,熊市可能只卖出10亿元。说实话,从过去几年的实践来看,大部分投资者还是更容易在高点买进。”一位市场人士感叹,引导投资者低位投资之路任重而道远,基金公司和渠道也需要在提高基民收益率和做大做强之间做出取舍,将保护持有人利益放在第一位。