

“甜蜜时刻”能否持续 短债基金大热背后“暗流涌动”

□本报记者 王鹤静 魏昭宇



视觉中国图片

绩优短债基金获大幅增持

东方财富Choice数据显示,泰信添鑫中短债债券为今年三季度规模增量最大的债券型基金,该基金的A份额、C份额在期间分别获得29.57亿份、84.34亿份的净申购,合并规模由二季度末的46.89亿元激增至三季度末的166.92亿元。

泰信基金旗下另一只短债基金——泰信添利30天持有期债券发起式三季度同样规模大涨,由二季度末的21.28亿元增至三季度末的99.87亿元,该基金A份额、C份额三季度分别获得24.65亿份、48.97亿份的净申购。

凭借上述两只短债基金三季度的吸金表现,泰信基金的公募管理规模也由二季度末的513.35亿元迅速抬升至三季度末的708.91亿元,管理规模突破公司历史新高,业内规模排名升至第68名。

除了泰信基金外,多家固收大厂旗下的短债基金三季度同样大幅吸金。例如,国泰利泽90天滚动持有中短债债券、华夏中短债债券、浦银稳鑫120天滚动持有中短债、天弘安悦90天滚动持有短债发起、国泰利享中短债债券、申万菱信安泰瑞利中短债债券、嘉实汇鑫中短债债券、鹏华双季享180天持有期债券、南方吉元短债债券等产品三季度的规模增量均在20亿元以上。

其中,嘉实汇鑫中短债债券、国泰利享中短债债券、泰信添鑫中短债债券、华夏中短债债券、鹏华双季享180天持有期债券等产品三季度末的最新规模均已突破100亿元。

结合中报披露的持有人结构来看,截至二季度末,泰信添鑫中短债债券C、泰信添利30天持有期债券发起式A/C、国泰利泽90天滚动持有中短债债券A/C、浦银稳鑫120天滚动持有中短债A/C、天弘安悦90天滚动持有短债发起、国泰利享中短债债券C、鹏华双季享180天持有期债券A/C、南方吉元短债债券C/E等的个人投资者持有份额占比均在90%以上。

并且,从业绩表现来看,上述短债基金第三季度的区间回报率整体位居平均值以上水平。

根据数据统计,短期纯债型基金第三季度的平均净值增长率为0.61%,而泰信添鑫中短债债

券A、泰信添利30天持有期债券发起式A第三季度的净值增长率均高达1.3%以上。嘉实汇鑫中短债债券A、国泰利泽90天滚动持有中短债债券A、浦银稳鑫120天滚动持有中短债A、国泰利享中短债债券A、申万菱信安泰瑞利中短债债券A等的回报率也都超过均值水平。

机构与投资者双向选择

中国证券报记者采访多家公募机构了解到,短债基金普遍被定位为货基的加强版,属于现金管理类产品,资金灵活度较高且风险相对较低,而且还可以在信用挖掘方面获取一定的额外收益,主要为满足净值化转型、打破刚兑和限制非标投资比例趋势下的理财产品替代需求,因此这类产品主要锚定的是个人投资者。

并且,近年来随着股市剧烈波动和银行存款利率下滑,使得许多投资者转向投资表现相对稳定的短债基金。为顺应这一趋势,上海某银行系公募机构人士表示,公司今年加大短债基金在电商渠道的销售以及持营力度,所以个人投资者涌入短债基金的资金规模也相对较大。

在行业整体遇冷的情况下,业内人士表示,中小基金公司往往面临更加困难的处境,但从短债基金三季度的规模变化来看,部分中小型公募机构的确在短债基金上找到了扩大管理规模的突破口。

“部分成立时间较短的外资系公募、个人系公募也在积极布局短债基金产品,可能也是为了锚定个人投资者群体,较快地做大规模。同时,部分短债基金还设定了最短持有期,这样能够较好地保障基金经理投资策略的灵活性和稳定性,在控制风险的同时实现更高收益,从而扩大产品和基金经理的知名度。”该人士说。

除了基金公司发力布局之外,在震荡市场环境下,不少投资者也将目光投向短债基金产品。

“没想到今年带给我最好收益体验感的产品竟然是债券型基金。”一位投资者表示。今年以来,债券型基金受到越来越多个人投资者的关注,尤其是一些中短债、短债类基金,凭借其低风险、低波动、流动性较好、收益空间较大的特征,获得资金追捧。

这与债券型基金给投资者带来相对稳健的业绩回报有关。Wind数据显示,截至10月26日,万得短期纯债型基金指数已从年初的1725.44点上涨至1768.73点,涨幅约为2.51%;万得中长期纯债型基金指数也从年初的2313.27点上涨至2373.97点,涨幅约为2.62%。

尽管不少投资者表示自己不太懂债基的运作逻辑,但对“股债跷跷板”这句话却略有耳闻:“股票市场不好的时候买债券,债券市场不好的时候买股票。”越来越多的投资者根据这一逻辑涌入购买债基的浪潮中。

而在不少投资者眼中,目前市面上流行的中短债、短债类基金类似于银行理财产品的“替代品”。2022年,银行理财步入全面净值化时代,不少投资者为产品破净而感到“忧伤”的同时,也将目光放在中短债、短债类基金产品身上。“货基虽然更稳健,但是收益率太少,而中短债产品却能实现更高一些的收益率。”一位债基持有者说,“另外,现在债基的持有期限也比较多样化,比如30天、60天,我们可以按需购买,流动性也比较好。”

在与不少代销渠道工作人员的交流中,记者发现,除了承接上述银行理财端涌入的资金,债基还承接了不少来自股票等权益类产品端涌入的资金。“不少投资者因无法承受权益市场的大幅回撤而选择认输,这些资金中有一部分又进入了债基产品中。”一家银行的客户经理说。

销售端与投研端需共同发力

但是,债基规模蓬勃发展的背后,仍面临不少行业痛点。

首先是来自销售环节的唯业绩论。以电商端的直播销售为例:“我曾经受公司电商部门同事的邀请,做过几次直播,但整体感觉下来,并没能把自己真正想表达的内容传递给受众。”一位管理债基的基金经理向记者表示,“我以为可以聊聊自己产品的设计理念、资产配置的大体思路,但电商部的同事让我把讲解的重心放在产品业绩的描述上。”

在这位基金经理看来,债券型基金虽然看似业绩都比较稳健,但每只产品的运作思路却

有较大差异。“基金经理看好的债券种类不一样,个人风格和操作手法也有较大差异,我觉得这些东西都是要和投资者说清楚的。”该基金经理表示,随着债基越来越受到个人投资者的青睐,债基方面的投教工作也面临更多变化和挑战。

针对基金经理所吐槽的点,销售端的同事却表示有自己的难处。

一位来自基金公司电商部门的工作人员告诉记者,不少公司的电商部门通常需要完成上级规定的基金销售指标,强调业绩是最“简单粗暴”且行之有效的解决方式。“我们的主要任务就是完成KPI,受众愿意看什么,我们就讲什么,所以我们会想办法从各个角度把业绩讲出花样来。”该人士说,“我们理解基金经理的初衷,但我们的工作是要对直播数据和销售数据负责。”

其次,在投研端不少中短债、短债产品的投资策略也开始玩起风格“漂移”。一位来自华南地区基金公司管理中短债产品的基金经理对记者表示,不少基金公司选择通过发行债券型基金来扩充管理规模,但是不少产品背后的投资策略却存在一定风险。

“有些基金经理会采取比较极致的信用下沉策略,而且这种策略多见于中短债产品中。我认为这种较为极致的信用下沉策略跟中短债产品的定位本身存在一定偏差,因为信用风险也是风险,并不是只有市场风险才是风险。”这位基金经理表示,“我觉得大部分购买中短债的客户都属于低风险偏好的客户,他们把这类产品定位成一种‘货币+’的流动性管理工具。如果采取这种比较极致的策略,实际上就会让客户在信用上承受了非常大的潜在风险。”

“当然这也并不意味着信用下沉策略一定不能出现在短债产品里,很多短债产品也会选择一些高票息的资产进行底仓配置,只是这需要把握一个度。”在这位基金经理看来,满仓运作高收益低流动性债券的产品,在市场极端的情况下,所面临的流动性风险概率会大大增加。“这类策略更适合一些持有期长的债基,这类产品负债端非常稳定,适合去挖掘一些有一定信用风险的债券,但也需要在销售时,和客户解释清楚这类策略。”