

景顺长城基金龚丽丽:

积极布局新宽基产品 发力特色化服务

□本报记者 张韵



布局超级新宽基

“从ETF产品布局来看,我们走了一条差异化的道路,产品更特色化、国际化。对于A股宽基赛道,我们也一直在关注和寻找机会。”龚丽丽坦言,中证A500指数的问世恰好提供了布局契机。从指数角度来看,一方面中证A500指数的编制在传统宽基指数上做了升级,可谓是超级新宽基;另一方面在传统宽基相对拥挤的情况下,布局中证A500指数也避开了原有传统宽基更拥挤的赛道。

回顾过去一年,整个ETF市场的流入资金大约有70%流向宽基产品,而其中又有约70%流向沪深300指数产品。在龚丽丽看来,未来宽基指数仍将是基金公司ETF业务的重要着力点。此次布局中证A500指数,也是景顺长城基金ETF业务在其“贝塔升级”特色化策略上的又一重要行动。

纵观A股市场,宽基指数不在少数。而在众多宽基指数的大阵营里,新出炉的中证A500指数具体有哪些不同?

龚丽丽介绍,传统宽基更多是按照市值选股的思路进行筛选,而中证A500指数则打破了单一构建路径,采用了ESG遴选标准,纳入了互通互联标的,并侧重于保持行业分布的均衡性,具有“更宽、更新、更强”的特点。

“更宽”主要是指行业覆盖度更大。截至目前,中证三级行业共有99个,中证A500指数覆盖到了其中的92个行业,更能够从行业均衡视角反映A股代表性公司的整体表现。据了解,中证A500指数成分股的遴选从行业入手,一般情况下只要公司是三级行业的第一龙头企业,就会选入到指数中。

“更新”则是指指数涵盖的新质生产力占比更高。相较于沪深300指数,中证

A500指数降低了传统周期行业占比,提升了新兴行业占比。数据显示,截至8月26日,中证A500指数的银行板块权重占比较沪深300指数低4.6个百分点,电力设备、电子、有色金属等板块占比则有所提高。

“更强”主要是指指数过往超额收益表现更优。Wind数据显示,截至8月29日,自基日(2004年12月31日)以来,中证A500指数相较于沪深300指数,累计收益率、年化收益率和风险收益比均更高,而年化波动率则相对更低。这表明行业均衡后的指数可能更具有长期配置价值。

据中证指数网站介绍,中证A500指数主要是从各行业选取市值较大、流动性较好的500只证券作为指数样本,反映各行业最具代表性上市公司证券的整体表现。

从编制方案来看,该指数首先是从中证全指指数成分股中,选取过去一年日均成交金额排名位于前90%的个股;然后剔除中证ESG评价结果在C及以下的个股;接着选取其中总市值排名前1500的沪股通或深股通个股;最后结合自由流通市值指标进行进一步筛选,使个股数量达到500只,基本涵盖各中证三级行业内自由流通市值居前企业,且成分股的一级行业自由流通市值分布与中证全指成分股的行业分布尽可能一致。

龚丽丽分析认为,当前A股整体估值较低,给了投资者把握A股各行业龙头投资机遇的时间窗口。另外,美联储开启降息周期,全球风险偏好提升,全球资本流动性可能得到改善。与海外主要市场相比,A股估值优势突出,对于资金的吸引力或逐步抬升。从投资角度来看,当前的市场环境不失为投资者布局中证A500指数相关产品的较佳时点。

近日,首批中证A500ETF的发行成为公募基金行业内的热议话题。指数未出,基金先行;10家基金公司吹哨齐发,纷纷剑指20亿元首募规模上限……被业内人士称为“特例”的现象频频出现,极大吸引了市场眼球。在各类指数层出不穷的背景下,中证A500究竟有何特别之处?基金公司为何争相布局?

带着这些问题,中国证券报记者日前对参与此次基金发行的景顺长城基金进行了专访。景顺长城基金ETF与创新投资部副总经理、基金经理龚丽丽表示,中证A500指数具有覆盖行业更加广泛、新兴行业占比更高、纳入了ESG筛选标准、互通互联等特点,有其独特价值,可谓是新时代A股市场的超级宽基。景顺长城基金在ETF领域以其产品布局的特色化、国际化而被市场熟知,而对于A股宽基赛道,一直期待能有更好的产品和更好的时机,中证A500指数的问世正好与之完美契合。

打造更有温度的营销服务

面对热门指数,多家基金公司纷纷上报产品,且在同一时间获批并发行,俨然已成为近年来A股市场在被动投资领域的“现象级”事件。

在十只产品同时起跑发力,产品投向相同的环境下,各家基金公司该如何让投资者们记住自家产品,形成独特吸引力?在景顺长城基金看来,在运作专业性的基础上,营销方式其实是ETF差异化的重要发力点。提供更有温度、更生动的营销服务成为他们的选择。

在此次中证A500ETF发行的大比拼中,景顺长城基金表示,公司延续了过往的特色化营销思路,结合景顺长城中证A500ETF的特点,设计了“大象”这一IP形象,以此传递该宽基成分股多为各行业龙头公司的包罗万象、欣欣向荣等特征,使得投资者能够更具象地了解该基金的特色。产品材料中的“大象”,身着白色POLO衫,蓝色牛仔褲,颇为健壮,并在多个不同场景下的模样和表情包。

据介绍,早在景顺长城中证A500ETF的“大象”之前,景顺长城基金就已围绕旗下纳指科技ETF开发了“那柯基”IP,为中证红利低波100ETF开发了“卡皮巴拉”IP。动物形象的拟定或是从产品名称谐音角度入手,或是从产品特点出发进行结合。通过动物形象类比,使得投资者能够对抽象的基金产品有更直观的感知。

此外,公司在景顺长城中证A500ETF的推广过程中,还推出了系列线上直播,并通过图文、视频等多样化形式,向大众全面解析中证A500指数的投资价值;产品发行期间,公司渠道团队还面向券商开展了数百场培训路演,为投资者提供更全面和便捷的服务。

相关公告显示,景顺长城中证A500ETF成为继嘉实中证A500ETF、摩根中证A500ETF结募以来,全市场第三只宣告提前结募的中证A500ETF产品,仅8个工作日即完成募集,首募金额超过20亿元募集上限,随之启动“末日比例确认”原则配售,最终确认比例为81.88%。

坚持国际化特色化路线

“国际化、特色化依然是我们ETF业务发展的重点战略方向。”龚丽丽介绍,近年来,景顺长城基金积极借鉴公司外方股东景顺集团(Invesco)在ETF领域的经验,围绕这两大战略,积极布局境内外ETF产品。

国际化方面,景顺长城基金目前已布局多只跨境产品,包括近年表现亮眼的纳指科技ETF、全球芯片LOF等;此外,今年6月,景顺集团还将创业50指数产品推向欧洲市场上市,成为首只在欧洲上市交易的A股宽基产品。

特色化方面,公司将持续秉持和深耕“贝塔升级”策略,通过对市场的洞察和进行专业的研发,有选择地布局差异化产品。

同时,公司正致力于在全公司内部搭建起一套适合ETF运作的生态体系。

“ETF不仅仅是单纯的投资业务,同时也是一个公司整体内部效率和对外部生态圈拓展能力的全面体现。”龚丽丽表示,纵观境内外,ETF业务做得好的公司在销售端基本没有短板,无论是零售销售、机构销售,还是互联网销售,乃至在海外的销售,都有其积累沉淀。

她介绍,作为ETF领域的后起之秀,景顺长城基金未来也将在生态搭建上持续发力,加强对各个板块能力的建设,使公司能够形成系统化流程,能更好地发力各种类型的ETF产品。