

“新宽基时代”开启 A500旋风中的冷思考

□本报记者 王鹤静

近期,市场刮起一阵中证A500旋风,作为中证指数公司推出的“A系列”指数重磅新品,中证A500指数凭借其行业均衡、精选龙头的重要核心宽基特质,一经推出就受到了公募行业的追捧。从首批10只中证A500ETF领跑指数上报并火速发行,再到首批20只中证A500场外挂钩基金罕见同日开售,无不印证着指数投资时代下公募行业对于发力宽基产品的高度认可与坚定决心。

第一轮新发中,10只中证A500ETF最终全部触及20亿元首次募集规模上限,进行比例配售。第二轮新发中,更有产品“一日售罄”,首募规模高达50亿元以上,20只中证A500场外挂钩基金发售首日募集超200亿元。这样的新发“大战”对于基金公司和代销渠道来说,都是巨大的考验。

从各种迹象来看,中证A500已成为各家基金公司寻求未来规模增长点的“必争之地”。上市仅7个交易日,首批10只中证A500ETF总规模已实现翻倍,更加印证了大资金对于这一新核心宽基产品的关注。面对此次史无前例的同质化竞争,入局者纷纷挖掘资源禀赋,从产品费率、分红设计到渠道建设、营销推广全方位发力。“新宽基时代”帷幕已然拉开,国内指数投资的发展格局正在面临重塑。



视觉中国图片

发行盛况史无前例

10月25日,首批20只跟踪中证A500指数的场外基金集体开售。同日有如此多跟踪同一指数的基金产品集体开售,这在公募行业可谓史无前例。

其中,富国基金、国泰基金、华泰柏瑞基金、嘉实基金、景顺长城基金、摩根资产管理、南方基金、泰康基金、银华基金、招商基金为参与首批中证A500ETF发行的十家基金公司,此次再度发行中证A500ETF联接基金。博时基金、大成基金、广发基金、华安基金、华夏基金、天弘基金、万家基金、易方达基金、中欧基金发行的是中证A500指数基金;华商基金则推出了中证A500指数增强基金。

此次发售的20只基金尚不足中证A500场外挂钩产品上报数量的一半。国金中证A500指数增强基金、工银瑞信中证A500指数基金已宣布发行档期,两只基金将于10月31日、11月1日起开售。根据证监会网站披露的信息,鹏华中证A500指数基金以及贝莱德基金、博道基金、长信基金、富国基金、广发基金、宏利基金、华宝基金、建信基金、路博迈基金、鹏扬基金、浦银安盛基金、人保资管、融通基金、申万菱信基金、西部利得基金、兴业基金、银河基金、永赢基金、招商基金、中加基金、中欧基金、中泰资管共22家公募机构上报的中证A500指数增强基金仍处于待批状态。

富国中证A500ETF联接拟任基金经理苏华清认为,中证A500是投资级指数,以投资视角进行选股,属于“第三代指数”,具有浓厚的研研色彩。“第一代指数”是表征级指数,不做任何筛选;“第二代指数”是表征级叠加投资级指数,从市值层面选股,适用于强有效市场;“第三代指数”是投资级指数,以投资视角来选股,更适合当下的A股市场。

在具体编制方法上,中证A500指数的亮点在于选取行业内的核心龙头股,表征A股各个细分行业内的优质企业。而且该指数行业分布均衡,符合新质生产力要求。永赢基金指数与量化投资部总经理章贇表示,抢先布局宽基指数能够获得更大的竞争优势,从而更快形成规模效应,同时近年来市场对宽基指数的配置需求大幅上升,中证A500作为宽基“新星”更具潜力。多位业内人士也提到,中长期来看,中证

A500具备投资优势和吸引外资持续流入的潜力,有望成为投资者配置国内股票资产的主要标的,想象空间巨大。

围绕中证A500指数,目前形成了ETF、场外指数基金、指数增强基金“三足鼎立”的产品格局。业内人士分析,这意味着基金公司可以根据自身的禀赋以及面向的客户群体特征,对不同产品类型进行布局分配。

“ETF业务较为强势的基金公司,依靠ETF积累的业务能力和品牌影响,借助渠道优势,可能首先会考虑通过发行ETF产品布局;而那些与银行渠道、线上第三方渠道联系合作比较紧密的基金公司,可能在场外通过指数基金去拓展;指数增强基金比较适合具备优秀的权益投研能力的基金公司来参与,在激烈的同质化竞争中突出公司的主动管理能力,可以形成一定的差异化优势,吸引投资专业程度更高、风险承受能力更强的客户参与。”沪上某公募人士向中国证券报记者表示。

销售能力迎来“统考”

值得注意的是,首批10只中证A500ETF以及首批20只中证A500场外挂钩基金均为同日启动发行,可谓直观地对各家基金公司的销售能力进行了一次“统考”。

首批中证A500ETF发行期间,嘉实基金率先撞线,发售仅4个交易日就达到了20亿元首次募集上限,宣布提前结束募集,并触发比例配售。开售后8个交易日,10只中证A500ETF就已全部结束募集,均达到了20亿元首次募集规模上限。摩根资产管理、富国基金、银华基金、国泰基金旗下中证A500ETF有效认购总户数均高达2万户以上,摩根中证A500ETF还创下了年内ETF认购户数的新高。

10月15日上市之后,中证A500ETF“真正的竞争”才开始。凭借上市初连续多日的资金流入,国泰中证A500ETF迅速在10只产品中跻身规模榜首,此后景顺长城基金、南方基金等相继发力。数据显示,10月23日,首批10只中证A500ETF总规模已实现翻倍。10月25日,国泰中证A500ETF的基金规模达到122.39亿份;景顺长城中证A500ETF紧随其后,基金规模超过50亿份;南方中证A500ETF、银华中证A500ETF的基金规模也达到40亿份以上。

为了能在同类产品中脱颖而出,此次参与首批中证A500场外挂钩基金发行的20家基金公司,更是从产品设计到宣传推广各个环节全方位“开卷”。

产品设计方面,相关费率和分红设计成为了此次基金公司的差异化发力点。其中,17只产品的年管理费率均为行业最低水平0.15%;华泰柏瑞中证A500ETF联接基金C份额的年销售服务费率0.15%,低于同类C份额0.20%的普遍水平;银华中证A500ETF联接、大成中证A500指数基金还分别推出了费率更低的I份额、E份额,年销售服务费率低至0.10%。16只产品在分红频度上都设置了明确的时间要求,每个季度或者每个月可对基金相对业绩比较基准的超额收益以及基金的可供分配利润进行评价,在符合收益分配相关规定的前提下,基金管理人可以根据实际情况进行收益分配。

推广宣传方面,此次参与发行的基金公司在蚂蚁财富、天天基金、腾讯理财通、京东金融等第三方互联网销售平台以及招商银行、工商银行、平安银行等主要代销银行App的首页等醒目位置,对中证A500产品进行了全面推广展示。部分基金公司甚至还采取“直播马拉松”方式,在接下来的半个月对中证A500产品展开密集直播宣传。

在主要代销银行渠道的强势推动下,此次20只中证A500场外挂钩基金同日开售,将宽基同质化竞争进一步推向了高潮。

10月25日,泰康中证A500ETF联接基金发行首日即提前结束募集。中国证券报记者从渠道了解到,作为该基金托管人,招商银行代销该产品的规模已超过50亿元。此次招商银行还是华夏基金、华安基金、大成基金、博时基金旗下中证A500指数基金的托管人,并对20只中证A500场外挂钩基金全部代销上线,全面实施A份额买入费率一折、C份额零认购费政策。据不完全统计,发行首日招商银行主销中证A500指数产品募集规模已超过百亿元。

此外,广发中证A500指数基金在中国银行的代销规模达到30亿元左右,景顺长城中证A500ETF联接基金、博时中证A500指数基金、南方中证A500ETF联接基金、嘉实中证A500ETF联接基金、华夏中证A500指数基金、易方达中证A500指数基金的募集规模也超过10亿元。整体来看,20只中证A500场外挂钩基金首日募集规模已突破200亿元。

指数基金面临优胜劣汰

由于指数产品天然具备同质化的特质,多位业内人士坦言,同类型产品同期发行的确带来了销售方面的压力,但规模增长的确也是基金公司业务发展的重要目标。指数基金近年来发展迅猛,市场空间大,投资热度持续高涨,吸引了众多基金公司前来布局,大家都在积极寻求机会,某种程度上共同促进了被动市场的发展。

天相投顾基金评价中心相关人士认为,众多基金公司通过中证A500产品调动大量资源,向市场投资者宣传“长期投资、价值投资”理念,以配置资产的角度来认购该产品,有助于加强投资者教育,吸引更多长期资金入市。虽然大规模同质化发行可能会导致市场短期内过度饱和,影响市场效率,但长期来看,市场会通过自然选择进行出清,不具备竞争力的产品可能会逐渐退出市场,有助于提高市场的整体效率和健康发展。

“我们倡导市场的理性发展,实际上在资本市场当中,很多时候趋势的出现也伴随着泡沫。随着市场和时间的洗礼、沉淀,投资者往往会回归理性,真正好的、经得起考验的产品会最终跑出来。”晨星(中国)基金研究中心高级分析师李一鸣总结说。

章贇表示,优秀的被动产品管理人往往能够吸引更多的投资者参与指数基金投资,有利于被动市场的健康发展。

面对此次大规模的同质化竞争,可以看到,基金公司都在积极挖掘自家产品的差异化特点。苏华清坦言,分红和低费率的确会吸引一部分投资者的目光,但投资策略、风险控制、客户服务等因素同样重要。“ETF在投资上只是工具的一环,与此同时,ETF策略及相关服务的重要性愈发凸显。”

此次中证A500指数产品横空出世,对于指数投资时代下基金公司的全渠道建设能力也提出了更高的要求。业内人士认为,目前银行渠道意识到了指数产品的规模增量,在这次中证A500指数产品发行中全力以赴。第三方互联网销售平台也不会错过这一重要阵地,未来会在指数产品的运营方面投入大量的资源。这就倒逼基金公司在渠道建设上更加均衡,在产品发行的布局上更要注重渠道之间的协同。