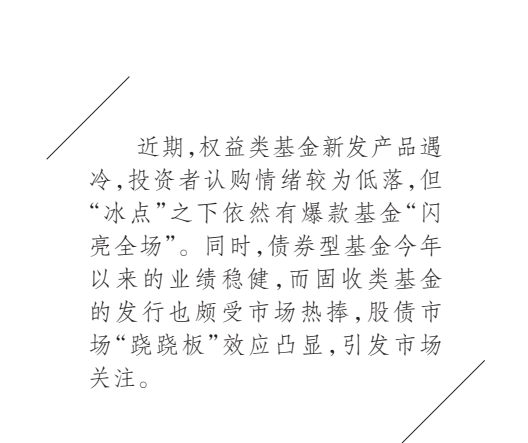


“冰点”爆款引注目 基金发行“跷跷板”效应凸显



近期,权益类基金新产品遇冷,投资者认购情绪较为低落,但“冰点”之下依然有爆款基金“闪亮全场”。同时,债券型基金今年以来的业绩稳健,而固收类基金的发行也颇受市场热捧,股债市场“跷跷板”效应凸显,引发市场关注。

权益“冰点”下的爆款基金

近期,在市场震荡行情下,新基金发行有所遇冷,权益基金“冰点”状态尤甚。Wind数据显示,截至6月18日,6月首发并已成立的基金仅有7只,合计募资金额不足百亿元,其中股票型基金仅有2只,且均为指数型产品,共募资约3亿元。多只基金或公告募集失败或公告延长募集期。

在权益发行“冰点”下,爆款基金的发行显得尤为亮眼。泉果基金、工银瑞信基金、南方基金旗下的热门发行基金吸引了市场的高度关注。

6月3日,泉果基金公告称,旗下于5月18日至5月31日期间发行的泉果思源三年持有期混合已于6月2日成立,首募规模约为21.33亿元,创今年以来持有期权益基金的发行最高纪录,有效认购总户数超过8万户。



6月14日,工银瑞信基金公告称,工银领航三年持有混合在5月29日至6月9日募集期间,净认购金额为17.85亿元,有效认购总户数约为276万户。

6月16日,新一批央企指数基金再现“爆款”,南方基金当天公告称,旗下南方中证国新央企科技引领ETF募集期间有效认购申请已超过募集上限20亿元,将提前结束募集并进行“全程比例确认”,确认比例为95051%。

百嘉基金董事、副总经理王群航表示,今年新发基金市场整体呈现基金发行总规模和发行数量不断降低、单只基金发行规模相对较小、权益类产品占比低于债券类产品的特点。当前,“中特估”“科技”以及具有明星效应的新产品受市场关注度较高,央企指数基金无疑是最大的亮点。

王群航认为,新基金的遇冷未必是件坏事。在公募行业内,有一种“好发不好做,好做不好发”的说

法,当基金发行越火爆时,市场往往处于高点,未来的“赢面”较小;而当新基金发行低迷时,市场多数处于底部位置,反而能孕育投资性价比高的机会。

固收类基金发行火热

与权益类基金发行遇冷有所不同,固定收益类基金似乎颇为火热,成为近期基金发行的主力军。

Wind数据显示,截至6月18日,6月首发的已成立基金中,债基募份额占比超过90%,5月首发的已成立债基所募份额占比也超过70%。多只债基纷纷宣告提前结束募集。

其中,国寿安保安泰三个月定开债券、易方达裕浙3个月定开债券、景顺长城中债0-3年政策性金融债、红土创新中证同业存单AAA指数7天持有、中银中债1-5年进出口行债券指数等多只基金

同比增长超50% 公募定增投资持续升温

公募基金参与上市公司定增热情持续升温。今年以来,47家基金公司累计认购规模超450亿元,同比增长超50%。

多位业内人士表示,定增因其折价所具有的确性和安全垫对机构投资者吸引力增大。全面实行股票发行注册制背景下,定增市场获得更多项目供给和筛选空间。后续要关注定增标的的安全边际,多维持保持均衡配置。

年内公募参与定增超450亿元

Choice数据显示,按增发上市日统计,截至6月16日,今年以来已有47家基金公司参与了上市公司定增,投资规模合计454.89亿元,同比增长51.9%。

其中,财通基金今年已参与90多次定增项目,认购总规模达到119.69亿元;诺德基金共参与了88次上市公司定增项目,认购总规模114.72亿元。此外,广发、华夏、易方达、金鹰、南方、兴证全球、中欧、睿远等基金公司也积极参与定增,年内认购总额分别达到35.19亿元、27.71亿元、12.84亿元、12.2亿元、12.19亿元、11.9亿元、11.6亿元和10.7亿元。上述十家基金公司参与定增项目的认购

总规模达到368.75亿元,占整体规模的80%以上。

对于二级市场机构参与定增项目的热情持续升温,诺德基金总经理助理、定增业务负责人黄怡表示,定增资产过去几年创造了较为可观的绝对和相对收益。今年以来,资本市场面临的不确定因素增多,二级市场风格快速变化,投资和风控难度加大。定增因折价所具有的确性和安全垫对机构投资者具有较强吸引力。

九泰基金总裁助理、致远权益投资部总经理刘开运则认为,公募积极参与定增,反映了当前权益市场整体风险偏好有所提升。而且,定增投资存在折价优势,相比从二级市场买入,存在更高的安全边际。在市场上行期间,发行折价可能更大,可以较好平摊投资成本。

关注标的的安全边际

谈到未来定增项目和投资策略,多位业内人士表示将关注安全边际,保持相对均衡配置。

财通基金基金经理曹玉龙表示,参与定增要力求找到“安全边际”和“相对均衡”。具体到定增标的的筛选上,今年可以从基本面、行业景气周期、折扣水平、估值水平等维度评估定增标的的

安全边际,同时在行业、个股、风格等维度保持相对均衡的配置。

刘开运介绍,定增投资获取收益有三个重要因素:一是合理的估值,这是获取收益的基础,也是最好的风险控制措施。当前市场整体处于较低的估值水平,叠加定增本身的折价优势,定增总体处于风险收益比较好区间;二是行业景气度,景气度改善是公司取得较好经营业绩的外部环境,也是决定行业估值水平的重要条件;三是公司业绩的确性,这决定着公司能否跑赢行业平均水平、实现超额收益。

除了定增价格外,公募基金会更加关注定增项目的投资前景。

财通基金投资银行部负责人胡凯源表示,全面注册制时代下项目供给增多,折扣可期,定增投资策略的研发迭代或值得期待,锚定定增折扣的定增量化对冲策略可能迎来较好的配置时间窗口。

刘开运也认为,随着资本市场全面注册制改革实施,未来企业融资的便利性提升,优秀企业获取权益融资的难度与门槛下降,上市公司并购重组的案例增多,都将全面提高定增融资活跃度,为定增投资市场带来更广阔的发展空间。

综合

百亿量化私募业绩突出 年内收益超7%

今年以来,量化私募产品取得不错业绩,其中,百亿以上规模量化私募平均收益率达7.22%。从超额收益来看,二季度也有所恢复,股票量化策略产品年内整体超额收益超过4%,其中中证1000指增策略表现好于中证500、沪深300指增策略。

由于近两年在震荡市中更出色的业绩表现,量化私募产品在渠道的关注度明显高于主观私募产品,逐步从“另类”进入“主流”产品货架。有机构认为,近两年的市场更适合持仓分散的量化私募产品,而持仓集中的主观多头产品在牛市中表现会更好。

超大规模量化私募表现亮眼

今年以来量化私募产品总体表现不错。数据显示,按照不同规模区间来划分,表现最好的是百亿量化私募,今年以来平均收益率为7.22%。

同时,今年二季度,量化私募产品的超额收益有所恢复。私募排排网数据显示,截至5月底,股票量化策略产品今年以来整体超额收益为4.02%,其中,中证1000指增今年以来整体超额收益为4.35%,沪深300指增、中证500指增产品今年以来整体超额收益分别为3.87%、2.86%。

格上财富金樟投资研究员遇馨称,平均来看,规模大的量化私募表现更好一些,如百亿以上(选取10家业绩超过3年的500指增)量化私募超额收益约6%~7%,百亿以下(选取30家业绩超过1年的500指增)量化私募超额收益约3%~4%。

此外,好买基金数据显示,截至6月9日,今年以来量化私募500指增产品平均超额收益在4%左右,1000指增产品平均超额收益在6%左右。以500指增为例,不同规模区间的管理人近一年的平均超额收益都在落在4%~6%的区间内,业绩趋同性较高。

黑翼资产创始人邹倚天表示,从整个行业来

看,2022年下半年,量化私募从上半年回撤压力中逐步走出,超额收益再度创新高。

大中型机构业绩更稳健

在经历2021年9月后的集体回撤后,近两年量化私募产品逐渐复苏。

“近两年市场风格聚焦中小盘,自2021年9月以来,多数300、500量化指增产品距离高点回撤仍在修复中,但1000指增、全市场选股等量化产品在今年一季度已创新高。”排排网财富合伙人项目负责人孙恩祥表示。

好买基金研究中心研究员张凯表示,大部分明星管理人在经历了2021年四季度的回撤后,在2022年通过对策略的迭代实现了超额的回归,在2022年以来风格波动频繁的市场下仍获取了不错的超额收益。

汇鸿汇升投资也认为,指数增强策略产品在2021年四季度遭遇了阿尔法和贝塔的双杀,陷入了长达一到两个季度的低谷期。这一现象主要是由于市场环境的变化和一些策略失灵导致的。但是,此后市场整体回暖,这些产品的业绩逐步回升。在2022年以及2023年上半年,许多量化私募产品脱颖而出。

启林投资称,从超额收益来看,指数增强策略自2021年9月经历回撤以来早创了新高;考虑到贝塔下跌,大部分产品也因为超额的积累而回到水面附近。

不同私募复苏情况各异。孙恩祥表示,经历2021年规模疯狂扩张的中小型量化私募回撤修复总体表现较差,而早在巅峰之前的百亿量化私募表现相对稳定,整体业绩回归明显。遇馨坦言,以500指增的2021年9月为高点来看,目前创新高的不多,“百亿以上机构中,约1/3创新高”。

汇鸿汇升投资表示,今年以来量化私募的整体超额表现较过去几年有所下滑,截至6月初,全市场

超额平均值约为3.12%,中位数约为3.35%。分规模来看,50亿元以上规模的量化私募超额收益平均值为4.25%,大幅跑赢量化私募的平均水平。

量化产品进入主流货架

由于近年来在震荡市中业绩稳定性更强,量化私募产品今年以来在渠道的销售情况好于主观多头产品。

“自2022年11月起,伴随各宽基指数大幅反弹,量化私募产品的销售迎来爆发式增长,销量远超主观多头。”孙恩祥称。

因诺资产称,主观投资主要进行多头交易,与之相对应的是量化多头或指数增强。2019年指数增强开始流行以来,无论是2019年~2021年的牛市,还是2022年的熊市,整体上都取得了稳定而不俗的超额收益,获得了市场的广泛认可。

对于量化销售好于主观的原因,稳博投资分析,一是从市场来看,2022年单边下跌,2023年震荡市,投资者不愿意配置多头类产品,而量化私募还有中性策略、CTA和多类复合策略产品,在偏熊市和震荡市仍有可能获得正回报;二是拿多头类策略比较,主观持股偏集中,而指增策略持股分散,这两年市场风格切换快,单一赛道或行业集中度高的话,很难获得收益,指增策略如果有稳定的超额,且超额可以覆盖指数下跌的话,仍有机会获得绝对正回报;三是从实际业绩看,大部分主观产品在2022年大幅下跌,而量化中性策略和一些复合策略产品依然有正回报,部分表现优异的指增产品也是正回报。

如今,量化产品在投资者心中的认知度大幅提升。邹倚天认为,随着管理人能力圈和投资人对量化策略认知度的双重提升,量化基金逐渐从“另类”进入“主流”产品货架。相比过去几年,量化私募产品在渠道的认可度也有了很大提升,关键还是业绩相对更具有竞争力。据《中国基金报》

的首募规模超过60亿元,堪称近期新基金发行中的“巨无霸”。

首募规模最高的易方达裕浙3个月定开债券,在5月15日至6月13日募集期间,募资规模达到799亿元,有效认购总户数仅289户。基金发行颇受“大户”们的青睐。

在债基市场的火热下,不少债基近期宣布暂停大额申购,6月14日,长城基金公告称,长城久稳债券型证券投资基金将于6月15日起暂停单日每个基金账户累计金额超过1000元(不含1000元)的申购、转换转入和定期定额投资。

股债“跷跷板”引热议

今年以来,债券型基金业绩大放异彩,超九成债基飘红,受投资者的大力追捧和加码涌入,有不少债基陆续“限流”乃至“闭门谢客”,而近期权益市场的不断调整使得投资者信心低落,股债“跷跷板”效应显现引发市场热议。

某公募基金人士表示,当前投资人风险偏好趋向保守,避险情绪上升,权益类基金发行相对困难,新资金更多地选择风险较低、收益较稳定的债券型基金,规避当前权益市场的剧烈波动。就目前来看,新发基金市场相对低迷,也预示着A股市场整体估值处于偏低水平,此时布局不用担心高位建仓的问题;未来随着市场行情的回暖,这些低位发行的基金往往能够实现不错的业绩回报。

谈及今年权益类基金发行遇冷的主要原因,私募排排网财富管理合伙人姚旭升认为,今年的市场持续震荡下跌,板块轮动频繁,分化较大。此前公募基金普遍重仓的新能源、医药持续走弱,而TMT和部分蓝筹股如银行、保险等配置比例普遍较低。公募基金持仓规模巨大,并不适合在这种环境下进行调仓。前期发行的老基金业绩表现不佳,没有产生赚钱效应,导致投资人信心受挫选择观望。

随着公募基金同质化竞争愈发激烈,基金公司如何在激烈的竞争中胜出,并给予投资者更高的获得感成为市场关心的焦点。据《中国证券报》

多只债基提前结束募集 超470亿元涌向债市

近期市场风险偏好整体下移,投资者涌向稳健收益类产品。据不完全统计,6月以来,有21只债券基金宣布提前结束募集,新成立的债券基金规模超过470亿元,在新发基金中占比近八成。

6月17日,兴华安惠纯债发布公告称,该基金于6月12日开始募集,原定募集截止日为9月11日。由于该基金在募集期内已满足基金合同生效的条件,兴华基金决定将该基金的募集截止日提前至6月16日,并自6月17日起不再接受投资者的认购申请。

债券基金成为近期发行市场主力军,受到资金追捧。Choice数据显示,截至6月18日,6月新成立了18只债券基金,募资规模达到473.84亿元,占比新发基金募资规模的近八成。

新发爆款基金也主要是债券基金。Choice数据显示,易方达裕浙3个月定开债券发行规模达到799.1亿元,募资金额最大;景顺长城中债0-3年政策性金融债指数、国寿安保安泰三个月定期开放债券募资金额超过70亿元;中银中债1-5年进出口行债券指数、永赢浩益一年定开债券发起等3只基金的募资金额也较大,均超过30亿元。

谈及投资操作,平安基金表示,资金面整体宽松,在特殊时点仍有小幅波动。在国内经济边际走弱、利率债下行至低位后波动的环境下,可对信用债择优套息。据《上海证券报》

“618”大促“暗含战机” 基金看好反弹窗口期

在消费领域极具指标意义的“618”电商促销活动,或已成为消费基金触底反弹的标志。

尽管今年“618”热度不及往年,但在消费低迷充分预期和消费股阴跌三个月的背景下,“618”或已成为消费股盈利见底和消费基金抄底的关键节点,部分基金经理强调“618”大促对相关国货品种构成显著利好,预计具有新兴消费特点的品种将具备业绩和股价的弹性。

关于消费股以及消费基金产品近期的回暖,多位基金经理也强调,随着“618”的到来,消费股可能迎来股价上的复苏。

长城久润混合基金经理余欢向记者指出,在当前市场背景下,消费分级趋势明显,呈现出K形分化状态,即“消费升级”和“追求极致性价比”同时存在,因此创造符合老百姓对美好生活向往的消费升级产品和推出高性价比商品的企业都可能存在投资机会。

部分核心仓位高度“电商化”的基金经理,对“618”关键窗口的投资机会,在当下更加敏感。记者注意到,王静管理的前海联合泳涛基金前十大重仓股几乎清一色指向电商收入占比大的女性消费品。她近期也指出,“618”大促意味着医美化妆品销售大概率将迎来年中旺季。

王静认为本次“618”直播中,化妆品公司与淘宝合作的单品数量增加,且从近日的“618”大促剧透场直播数据中看到,用户对国产化妆品产品的加购量是比较可观的。另外,医美终端机构也趁着“520”、“618”等热门节日开展店铺活动,吸引新老用户的加购及消费,预计在“618”大促的加持下,国货产品以突出的成分功效和优质性价比将受到更多关注和期待,医美化妆品公司在2023年具备较强的收入复苏弹性。据《证券时报》