

美好终成回忆 偏股基金发行“寒气逼人”



漫画 高晓建

2008, 对于广大投资者来说,似乎是不堪回首的一年:股市重挫,财富大幅缩水。对于中国基金业来讲,2007年曾是多么辉煌的一年,基金发行动辄百亿,需要配售才能买到,市场上出现的一基难求也让基金公司异常亢奋;而2008年,往日的盛世景象却一去不复返,基金销售落到门可罗雀的地步。怀念2007,美好总是短暂;告别2008,痛苦如此深刻。

◎本报记者 谢卫国

遇冷:

平均首发规模仅17.7亿份

天相投顾日前统计显示,今年以来,获批的新基金数量达到了108只,发行的基金为99只,数量上远远超过了2007年的58只。获批数量和发行数量均创历史新高。然而,今年成立的基金平均首发规模却仅为17.7亿份,而2007年,这项数字却高达100亿份。份额的急剧下滑,导致2008年成立的99只基金累计募集资金仅有2000多亿。

新设立的基金中,尤以股票型基金“寒气”最重。除年初成立的几只股基规模达到五六十亿外,接下来大部分时间里募集的股基,大多都在为过2亿份的“成立线”而奋斗。

从单只基金的募集情况来看,新世纪成长、景顺长城公司治理、华富策略精选灵活配置、天治创新先锋、诺安主题灵活配置等5只基金首募规模均低于3亿份,其中诺安主题灵活配置以2.39亿份,创下今年股基首募规模新低。

尽管整体募集情况不佳,但2008年还是有两只股基首募成绩让人眼前一明,它们是农银汇理行业成长和南方盛元红利,分别募得68.4亿份和62.2亿份。即使如此,它们较之于2007年动辄百亿,甚至千亿,还是“小巫见大巫”。

究其原因,指数的跌跌不休,进而令投资者对风险产生了畏惧。进入2008年下半年,资产的安全性被投资者列在首位,于是,债券型基金、货币型基金,以及部分保本型基金,这些在2007年几乎被“遗忘”的低风险品种,一夜之间成了“香饽饽”。

变阵:

基金营销搞“二次开发”

2008年市场财富效应的丧失,让基金发行面临前所未有的压力。据本刊此前曾做过的一份统计,今年以来,逾八成的A股基金净值遭“腰斩”过,基民的信心与投资热情也随之降至“冰点”,与此同时,银行基金销售的热情亦降至了“冰点”。

当时,一位受访的基民告诉记者,她是2007年七八月份市场最火时入的市,到2008年9月份,她购买的几只基金亏损面都超过了六成。她现在最想做的事就是“把本要回来”。

一位基金公司的市场部人士告诉记者,目前基金销售对渠道的依赖性很高,从渠道中又以银行为最。她说,通常基金募集份额的90%来自银行渠道。但是,当前渠道的现状如何呢?

在本刊记者今年8月对上海市银行所作的暗访调查中,有近四成受访银行理财师“不建议”基民在当前点位购买基金。

很难想象,在去年市场狂热的时候会有理财师对明确提出想购买基金的客户进行劝阻。随着市场的下跌,一些银行的理财师对于基金的销售热情显然“大打折扣”。

基金普遍亏损,加之渠道代销热情减弱,基金销售状态已从2007年的“卖方市场”过渡到了2008年的“买方市场”,基金公司要说服投资者购买旗下的产品变得异常艰难。在“业绩”和“渠道”陷入“不良循环”之际,一些基金公司想到了对老基民进行“二次开发”,将之列为新基金销售的主要对象。在一家基金公司寄给基民的信中,在售基金的拟任基金经理对老基民这样写道:2009年是牛年,我和很多投资人一样,希望2009年证券市场回暖并阶段性的出现结构性牛市,更重要的一点是我们这个团队会继续发扬老黄牛的精神:勤勤恳恳、兢兢业业……最后透露一点,我也会成为本基金的持有人,希望未来的日子和大家在一起。

当然,2008也并非尽是灰色,在业绩表现整体不佳,基金销售举步维艰的季节里,市场还是有过一抹“亮色”。

首先,品牌影响和明星效应仍然有效。像华夏策略精选配置,从10月20日起开始发行,首日即募到10亿份。农银汇理行业成长在其他基金为能够达到“成立线”而发愁的市场环境下,一举募得68.4亿份。创新型封基瑞福优先打开申购,三天即达申购上限,不得不进行比例配售。还有,富国天丰发售三天即告售罄。

憧憬:

2009或迎来基金创新潮

2007年至2008年,恍若隔世的同一个市场,基金感觉从“天堂”来到了“地狱”。至于其中的“原罪”,基金公司相关人士说,缘于太多的“不成熟”。

首先,基民“不成熟”。投资者对基金的认识和基金风险的认识不够,2007年,投资者梦想指数要到10000点,进而疯狂抢购基金,生怕买晚一天,就少赚了;而现在,投资者终于明白,投资基金同样存在风险,并非传说中的“只赚不赔的买卖”。

其次,基金公司“不成熟”。2007年A股的大涨,基金公司冲昏了头,推的基本上是股票型基金,仅仅是因为好卖,热销;而对于基民的认购则更是“来者不拒”,根本谈不上风险提示和投资教育。让人最感遗憾的是,当市场进入高位时,除个别基金公司号召基民赎回外,更多的基金公司仍在想着“吸金”,以致错过了让投资者减少损失,甚至兑现盈利的最佳时机。

再次,媒体“不成熟”。2007年基金频频分红,媒体指责基金公司借分红促销;而到了2008年,基金普遍亏损,当初的盈利也都赔进去了,甚至产生了浮亏,这时,媒体又指责基金公司当初怎么不把收益分给基民们。

巨亏的2008,注定要给基民留下伤痛,投资者需要总结的东西太多。一位市场人士指出,在基金销售领域,如果硬要找一个词来概念2007和2008的话,前者应该用“冲动”,后者应该用“恐惧”。

他说,现在还有不少的人在怀念2007的基金销售的火爆与狂热,但是,对于基金市场理性的参与主体来说,深刻认识基金投资的机会与风险,恰如其分地控制自己的贪婪与恐怖,才是最重要的。对基金公司来讲,靠着一两波行情大肆圈基民钱,终非立司之本,坚持基金销售的“三适合”原则,才能谋长远发展,一个理性的投资者应该对自己的风险承受力和收益预期作适当的评估。

带着伤感,2008年终将过去,对于即将到来的2009年,投资者有何期待呢?

2008年年末,证监会向各基金公司下发了《证券投资基金产品创新的鼓励措施》,鼓励基金公司进行产品创新,并将通过开辟绿色通道、申报创新产品的同时可以再申报一个普通品种等方式,从制度层面上来鼓励基金产品创新。因此,2009年有望迎来更多符合市场特点且满足不同风险偏好投资者需求的创新型基金。经过2008年牛熊转换的大洗礼后,投资者的投资理念逐渐走向成熟,同时,大多数人认为明年下半年经济可能好转,市场触底反弹有望,相应的,基金发行届时也有望回暖。

“鼠”往“牛”来,在伤感与希冀之间,记者想以一则温暖的故事结束这篇文章:12月底的广州,一位70多岁的老人特地跑到某家基金公司去申购该公司的中小盘基金。老人家说,他去了好几家银行买这只基金,但银行的理财师都不卖给他。但老人说,他就是想买这只基金……