

Fund

交银施罗德基金管理有限公司
BANK OF COMMUNICATIONS Schrodors

我懂财富 我更懂你

客服电话:400-700-5000(免长途话费) 公司网站:www.fund.com

3

聚焦 2009 年年终数据

行业江湖“座次”:华夏第一、易方达第二

基金总规模再度突破2.6万亿元

整整一年的基金销售和竞争终于在2009年12月31日降下帷幕。在一片年终鏖战的气息中,中国内地基金业的江湖地位再次排定。这一次,有多年蝉联第一的老大,也有不小心掉下神坛的枭雄,有新崛起的新锐,也有正在涌动的江湖后生。

◎本报记者 周宏

第一集团生变数

根据天相的统计,在未包括 QDII 规模的情况下,2009 年基金行业前五大公司罕见地发生较大变化,除了龙头老大华夏基金的规模暂时无人挑战外,前四名相比 2008 年未有了较大变化。

其中,2008 年底勉强进入行业前 5 名的易方达基金 2009 年一飞冲天,成为行业第二名。规模超越行业位置此前一直在其之前的博时和嘉实,而历年一直在前五名的南方基金则一下子落到了第 7,其位置被新崛起的广发所填补,当然南方基金如果加上 QDII,其排名则仍有可能保持稳定。

由此,截至目前所获得的数据,2009 年末内地基金业的前五名格局变化成为华夏基金、易方达基金、博时基金、嘉实基金、广发基金。

另外,大成基金、南方基金、华安基金、交银施罗德基金和银华基金则位列第六至第十名。尤为注意的是,第十名银华基金的规模从 504 亿上升到 746 亿,前十名的门槛在 1 年间上升了 50%。超过行业增长的平均水平。

而第一集团更加大的变化存在于整个行业的规模结构中,其中,过去“三强领跑”的格局被彻底打破。新崛起的易方达和博时基金、嘉实基金、广发基金、大成基金、南方基金、华安基金、交银施罗德基金等一共 8 家公司的规模基本在一个方阵中。

尤其是从第五名广发基金开始,一直到第九名交银施罗德基金的规模高度接近,上下差距只有 100 多亿份左右。以大型基金发行而言,只不过是一个新基金的差距,预计整个行业排名发生改变,只是时间问题。

营销热点决定一线排名

那么第一集团的规模变化主要是什么原因呢。答案更多的在行业的趋势上。

根据天相的统计,在未包括 QDII 规模的情况下,2009 年基金总规模从 2008 年的 1.8841 万亿元,增长到 2.6025 万亿元,同比增长 38%。2008 年末以来,首度突破 2.6 万亿份。

其中,股票基金的资产净值上涨明显快于份额的增长。显示,本轮基金的规模快速增长主要依赖 A 股市场的回升,带动了基金单位净值的上升所致。

在各类别基金中,2009 年资产增长最快的基金为指数型基金(开放式),单类型基金的增长达到 243%。其次,封闭式基金,增长速度为 85.4%。保本型增长了 66.59%。

在各类基金规模中,股票基金的增长净规模达到 3986 亿元,位居各行业第一,另外,混合型基金的规模,增长规模达到 2447 亿元,指数型基金的规模增长额度达到 2418 亿元。

而 2009 年一线基金公司的销售发力点,正是股票基金和指数基金,2009 年单一基金募集的最高峰是华夏沪深 300,年末发力的基金包括易方达深 100 联接、华夏盛世等。可以说,热点品种的新基金发行,相当程度决定了整个一线集团的排名。

当然,存量基金的业绩表现也很重要,但是,考虑到 2009 年行业内投资策略高度趋同,更多的差异体现在新基金的销售能力上。

第二集团靠业绩说话

在前十名的基金公司规模发生大幅度地震后,前 25 名的基金公司也在规模急速震荡,从第 11 名富国基金开始,到第 25 名上投摩根基金(均未考虑 OFII 基金,下同)整体规模更加接近,15 家基金公司的资产差距在 225 亿元之间。

其中,稳中有升的公司包括,富国基金(从 2008 年末的第 16 名上升到第 11 名)、汇添富(从 2008 年末的第 14 名上升到第 13 名)、融通基金(从 2008 年末的第 21 名上升到第 15 名)、国泰基金(从第 23 名上升到第 17 名)。

总体上看,基金规模排名上升较快的公司,主要特点都在于 2009 年股票投资业绩相对出色,以及公司资产中股票基金比例较高,比较好的分享到了市场的上涨状况。

由于,二线基金的规模往往本来就比较接近,再加上新基金发行能够拉开的差距不大,往往存量基金的团队中,能否有一到两个出挑的基金,进而拉动持续营销就显得非常重要。

而类似的特点,在二线的中邮基金、光大保德信基金身上也体现的比较突出。业绩为王,可能比任何时候,在二线基金中更加显的重要。而过往基金种类比较均匀或者偏重依靠货币基金、固定收益基金的投资规模明显下降。

沪、粤基金开始发力

另外,还比较有意思的是,在以往北京和深圳基金占据行业龙头地位的同时,2009 年的行业特点,更加显示的是,注册在上海和广州的基金持续发力,掠夺更多的市场份额。比如,易方达和广发基金的资产规模大幅上升,或是,交银施罗德冲击前十,富国基金开始领军第二集团。另外,上海老牌的华安基金,也在年内获得了比较高的资产规模增长。

从具体情况看,上述基金的发力主要靠两点,第一是,基金发行发力,第二是,基金自身净值增长。以易方达基金为例,年内规模增长了 700 余亿,下半年规模增长 430 亿份,这其中,年末新发基金增加 189 亿,加上此前发行的易方达沪深 300,2009 年新基金发行规模占其规模增长近一半。另外,下半年其规模最大的易方达价值相对份额规模稳定,为资产膨胀做了 80 亿元的贡献。

另外,交银、广发基金的规模增长也有类似特点,存量能够发力、新基金能够旺销是为规模增长的不二法宝。而这一切归根结底靠的都是,基金的业绩品牌。

相应可以验证的是,2009 年年末有多家老牌基金公司的规模明显的下掉,其中,长期业绩平庸,而导致的基金品牌弱化可能是其中的主要原因。

中小基金公司弹升

而在 2009 年 38% 的平均规模上升之余,中小公司得到很大的发展。以往,大公司掠夺主要份额的行业结构得到了明显的改善。

根据本报的统计,业内的最后 20 家基金公司,年内平均规模增长规模 50% 以上,除去新发基金的公司外,有 5 家公司规模增长在 100% 至 600% 上下。

其中,新华基金的规模增长到了 70 亿,净增 600%; 华商基金增长到了 134 亿,增长 180%。金鹰增长了 146%,中欧基金规模增长了 127%,国联安增长了 96%。

总体看,上述基金的增长规模都或多或少伴随着以下三个特征:1、管理层或投研骨干有重大调整;2、个别基金业绩突出;3、营销针对重点基金或重点客户。这种专注“细分”市场的特征,某种程度上是小基金崛起的有效路径。



漫画 高晓建