



五大认购纪录

131 亿

2004年3月首募131亿元的海富通收益增长是中国基金业的首只百亿基金,也是2004年春季基金火爆热销的最典型案例。

184 亿

2006年5月首募184亿元的广发策略优选是中国基金业第二批百亿基金的代表,超越了2004年热销的募集规模。短短一周募集期,30万户投资者认购了该基金,这个数字相比之前的基金单次认购户数最高高出36%。

419 亿

2006年12月首募419亿元的嘉实策略增长仅用一天时间就完成了募集,尽管随后一年时间内认购资金纪录不断被打破,但由于以后热销的基金大多比例配售,419亿元目前仍然是中国基金业首募最高纪录。

901 亿

2007年4月10日,上投摩根内需动力首日认购资金规模达到901亿元,到目前依然保持着投资A股市场基金认购资金规模纪录。由于该基金设置了100亿规模限额和采取比例配售,最后仅有11%的资金认购到该基金。

1162 亿

2007年10月15日,QDII上投摩根亚太优势的首日认购资金规模达到1162亿元,这是截至目前中国基金业最大的首发认购资金规模。按照发行上限300亿元进行比例配售,该基金配售比例为25.8%。



国基金周刊创刊五年,也是中国基金业黄金五年发展时期。五年来,无论从基金规模、基金数量和基民数量上,还是从基金公司实力、产品创新、非公募基金发展和国际化方面,都实现了历史性跨越。

五年前的基金一季报中,中国基金业只有1900亿元管理规模,114只基金,然而到了2009年一季度末,公募基金资产规模已达到2万亿,实现了10倍成长,年均规模增长超过60%,基金数量也增加到了近500只。

据测算,目前基金占A股非限售流通市值20%到25%之间,比五年前的不足10%大幅提升,不断巩固着中国股市最重要机构投资者的地位。

五年来,基金迅速普及到中国城市和农村的千家万户。在2007年9月中国基金持有人总账户数超过1亿户后,仍然保持增长,初步统计目前基民总数已接近1.3亿户,扣除重复计算因素,大约25%到30%的城镇居民已经参与了基金投资,成为最重要的投资方式之一。

伴随着基金规模和基民数量的

基金飞越黄金五年

证券时报记者 杨磊

成长,基金公司实力大增。2004年,总收入最多的基金公司也只有不到3亿元收入,到了2008年,仅管理费超过5亿元的基金公司就有22家,这还不包括非公募基金业务的收入。股权价值的提升也是基金公司实力的象征,2007年底拍卖的博时基金股权每股价值超过130元,创下了金融机构股权拍卖的历史天价。

创新是中国基金业成长的动力源泉之一,每一次重要的创新都推动了基金产品多元化和规模增长。从2004年底ETF和LOF的推出,到

2006年中期拆分和复制基金的出炉,再到2007年中期三大创新基金产品的问世,最后到近期可分离交易基金的热销,中国基金业近五年历史上的四次创新浪潮不断地推动着行业的成长和发展。

非公募基金贯穿中国基金业五年成长的历程。从2004年社保基金的二次选秀,到2005年社保基金推出四个稳健组合,基金公司成为社保基金境内委托投资的绝对主体,在目前22个组合中有21个是由基金公司管理的。在企业年金两轮资格所认

定的20家投资管理人中,基金公司占据了其中的12席。而随着社保基金、企业年金、专户理财、投资顾问等业务的大力发展,基金公司已经形成多元化、多层次非公募基金共同发展的格局。

基金业国际化投资的历史跨越也发生在近五年。从2006年华安国际配置QDII的尝试,到2007年南方发行首只公募基金系QDII,再到四大基金公司注册成立香港控股或全资子公司,中国基金业国际化迈出了重要的开局之路。

319 万

9850 万

基民
五年增长30倍

五年前,投资者对开放式基金还非常陌生,在全国仅有不到320万基民,而五年之后,开放式基金仅存量基民数量就达到9800多万户,五年成长了30倍,明显高于同期开放式基金规模增长的速度。

根据天相的统计数据,2004年中报开放式基金总持有人户数只有319万,在随后两年时间里,开放式基金基民户数一直也没有太大增加,2004年底和2005年底分别为390万户和440万户。在这段时间里,老基金赎回困扰着基民数量的增长,尽管当时先有两只400亿“巨无霸”货币基金,每只基金有20多万基民,后有广发策略优选拥有近30万基民,但2004年发行的大基金在2006年上半年因赎回减少了几十万存量基民,致使2006年上半年基民户数不但没有增加,反而减少了70万户,回到2004年底左右的水平。

2006年下半年,受益于股市行情上涨,基民数量激增1.3倍,达到了850多万户。但这仅仅是暴增的起点,更大的爆发成长发生在2007年上半年,短短半年时间增加到了4100多万户,增长近5倍。基民半夜排队买基金,首个拥有百万基民的基金都是在2007年上半年出现,千万投资者在银行、券商等代销渠道争相变成基民。

2007年下半年开放式基金存量基民数量依然延续快速增长,到了年底已经有9770万存量基民,随后一年半时间里,存量基民数保持稳定,目前最新存量基民达到9850万户。

此外,封闭式基金基民数量由于“封转开”的原因,稳中略有降低,从2004年中期的300万下降到最新的250万户左右。

根据有关机构统计,2007年底存量基民数量加上封闭式基金的250多万基民,还有以往曾经投资基金,年底暂时没有持有基金的基民,当时总基民数有1.2亿户左右。

2008年至今,总基民数仍在不断增长中。天相统计显示,最近一年半时间里,新发基金的有效认购户数接近500万,加上老基金的持续营销和申购新增的基民,预计基民数还能增长600万到800万,最新总基民数已经接近1.3亿户。(杨磊)

1900 亿

2 万亿

规模
五年跨越三台阶

5000亿、1万亿、2万亿,中国基金业过去五年间连续跨越了这三大台阶,成就了基金业10倍以上的成长。

2004年上半年,开放式偏股基金经历了一轮发行浪潮,海富通收益和中信经典配置两大百亿基金的横空出世,让基金资产规模从不足2000亿达到了3000亿上下。

2005年,货币基金规模飞速发展,让中国基金业资产规模首次逼近5000亿大关。统计显示,2005年基金资产规模从3200亿增加到了4700亿,其中增量规模几乎全部来自于货币基金。货币基金从7只增加到24只,管理规模从287亿增加到了1800多亿,以南方增利、华安富利两只近4000亿的“巨无霸”货币基金为代表。

2006年是基金业坎坷发展的一年。前三季度虽然有广发策略优选、易方达价值精选两只100亿基金助阵,也有复制基金和拆分基金带来的增量规模,但是受到IPO重启冲击,货币基金损失1000多亿,让基金资产规模在5000亿上下徘徊,三季度末为5100亿,仅比2005年年底增加400亿。直到第四季度,中国基金业才重拾规模升势。

经历了坎坷的2006年,基金业迎来了五年中成长最快的一年。2007年1月底,基金资产规模突破万亿大关,当年7月底突破2万亿,9月底达到3万亿。基金业从零发展到1万亿用了近9年的时间,从1万亿到2万亿只花了半年时间,而从2万亿到3万亿仅仅用了2个月的时间。

基金业规模的快速成长,创造了一个又一个奇迹:新基金一天募集419亿元,A股基金一天认购900亿元,以及分红营销让一只基金从3亿到300亿。QDII发行把基金发行热潮推向了极致,上投亚太优势创下的一天1162亿资金认购纪录至今“无人能及”。(休鱼)



114 只

500 只

基金公司 实力今非昔比

基金业五年快速成长造就了一大批有实力的基金公司,老基金公司由小变大,次新基金公司从无到有,大多数基金公司都拥有了很强的实力。五年来,基金公司家数由37家增长为60家,管理的基金只数也由114只增长到近500只。

2004年国内管理费最多的基金公司南方基金也只有2.59亿元,而到了2008年,管理费超过5亿元的基金公司已经有多达22家,其中,9家基金公司超过10亿元,另有10家基金公司的管理费收入在3亿元到5亿元之间。

统计显示,60家基金管理公司2008年管理费收入已有超过一半的公司,实力在2004年行业老大水平之上。

华夏基金公司是近五年来实力成长最快的老基金公司之一,2004年中期华夏基金只有189亿元规模,排在行业第三名,2006年中期之后管理规模以每半年翻番的惊人速度快速增

长,从382亿元增加到2006年底的723亿元,再到2007年中期的1300亿元,在2007年底达到顶峰2480亿元,一年半增长了5.5倍。2008年并购中信基金之后,华夏基金实力更加强大,截至今年一季度末管理规模比第二名多出近800亿元。2008年度华夏基金管理费收入达到27.89亿元,是4年前的10倍以上。

博时、南方、嘉实、易方达、大成、华安等老基金公司也都实现了5倍以上的资产规模增长,并且在2008年管理费收入都在10亿元以上。

银行系基金公司实力的快速成长也是近五年基金业的一个显著变化。2005年,首批三家银行系基金公司工银瑞信、交银施罗德和建信设立,短短不到4年时间,工银瑞信和交银施罗德两家基金公司已经分别拥有10只和9只基金,成为十大基金公司的有力竞争者。

(休鱼)

特 写

王鸿嫔 宁静致远

彼得·林奇告诉他的第一任老板:世界上有两样东西不要追,一是地铁,二是股票,因为这一班车过了还有下一班,这一只股票没买到肯定还有另一只。”上投摩根总经理王鸿嫔声音软软的,带着浓厚的台湾特征。

这种悠然淡定的心态决定了上投摩根的公司文化与经营理念,我们是先求好,再求大。”

上投摩根基金公司成立于2004年,正值股市低迷期,王鸿嫔没有像许多基金公司那样大力营销货币基金,而将工作重点锁定在投资者教育上,推出了“致富100”的活动,在全国范围开展100场理财讲座。王鸿嫔有时甚至亲自现身说法,以自己的理财经历为蓝本,帮助投资者建立正确的理财理念。这在当时的中国基金业,无疑是开风气之先。

有耕耘,就一定有收获。王鸿嫔在股市低迷期播下的种子,在牛市来临时结出了丰硕的果实,2007年4月,上投摩根内需动力基金发行,限售100亿份,而申购资金超过900亿,创下业

内之最。

虽有金字招牌,上投摩根并没有一味追求规模扩张。王鸿嫔表示,基金公司不应该把太多精力放在一味追求公司的资产规模,而是要坐下来想一想,你是否有能力,有充分的准备管理好这笔资产,是否能够为投资者的信任带来他们想要的回报。”

王鸿嫔不仅是这样想的,也是这样做的。2007年上半年,在股市最火热的时候,上投摩根关闭了旗下业绩出色的两只基金——上投中国优势、上投阿尔法基金的申购。在股市低迷期不敢买,在股市高涨时盲目乐观,这是普通投资者最易犯的错误,基金公司有责任帮助投资者控制风险。”

能够帮助人们学会理财,我觉得这是在做好事。”母亲信佛,耳濡目染,王鸿嫔是抱着一颗仁爱的心来工作。

由于多年潜心致力于中国基金市场的教育和推广,并以博客等多种形式始终保持着与投资人的沟通,2007年,王鸿嫔荣获晨星“最佳投资者教育人物奖”。(畅波)

故 事

排队“抢”基金

2006年12月嘉实策略首日募集419亿元及其之后的一年时间里,排队买基金成为千万基民的“家常便饭”。

在2007年年初,没有比例配售制度的日子,为了抢先买到基金,大批基民提前排队,部分基民深夜排队也买不到基金。

“汇添富新基金发售时,我一大早就到工行排队,但没买到。中海新基金发行时,我长教训了,顶着星星就来排队,没想到还是干瞪眼儿!”60多岁的北京李先生两次排队买基金都空手而归。

当时在部分银行代销的新基金最少只销售10分钟就关闭认购,一大早排队而没有买到基金的投资者情绪激动,甚至出现有人因为买不到基金而拨打110求助。

比例配售之后,尽管不用深夜排队,但在银行网点排队一两个小时才能买到基金的现象时常出现。到了2007年10月的最高峰时期,近200万基民排队动用1162亿巨资认购上投亚太优势QDII。

