

华商基金督察长程丹倩:

一位女督察长的忧患意识

证券时报记者 孙晓霞

对于超常规发展的基金业而言,是挑战大于机遇。如何成为行业的长跑冠军,是基金管理人每个管理者梦寐以求的职业理想。

这种既主动又带着点被动色彩的追求,在2010年的基金业黑马——华商基金管理有限公司的督察长程丹倩身上也一样能感受得到。

资料显示,华商基金近年来实现了跨越式发展。截至今年9月底,公司资产管理规模已接近230亿元,较年初增长超过60%。在投资业绩上,华商基金是今年整体表现最好的基金公司。银河数据显示,截至9月28日,华商盛世成长基金今年以来取得了23.54%的收益,在全部基金产品中排名第一,甚至超过了有着杠杆优势的杠杆基金;华商阿尔法基金今年以来收益率10%,列灵活配置型基金第四名;华商旗下其他基金产品今年以来收益率也均超过8%,居同类基金收益榜前列。

有些战略布局要趁着公司发展势头好的时候提前安排。”未雨绸缪,是程丹倩一贯的行事风格,她坦承,这种风格的形成既与她个人的性格有关,也与此行业的节奏有关。

良好的公司治理: 应对更严峻的挑战

程丹倩的办公室不大,边角处有一个不大显眼的衣柜,衣柜里装满了一位职业女性可以体面地出现在各种商业场合的服装。有英式风格的,还有日式风格的,甚至还有强烈民族特点的本土品牌。在对美感的追求上,她是一个不折不扣的女人,这种在形象上对专业的强调一样体现在她的工作风格上,在公司内部,她以强调风险著称。

程总对每一个工作环节的要求都很细。”一位在她手下干活多年的同事称。

对此评价,程丹倩笑道,基金业不会给保守的人以机会。近三年来,基金业从几千万的规模发展到二万个亿。这种速度,没有相应储备的公司是很难应对的。在一个创新迭出的行业里,忧患意识是一个参与者必备的职业素养。”

在程丹倩看来,如果一个人连抵御风险的能力都没有,就很难积极应对新情况。而具体到一家基金公司的发展,她认为最重要的准备就是有效的公司治理。

华商基金到今年年底将跨入第五个年头,我们今天所取得的业绩主要得益于有效的公司治理,同时,更要感谢监管层的支持。”程丹倩坦言。

今年被程丹倩定义为基金业大发展的一年,监管部门相继推出的一系列开放性监管政策再次为这个行业注入了新的活力:为了鼓励基金产品创新,扩展基金销售市场,中国证监会基金部启动了“五条通道”分类报批新产品。3月15日,为了促进基金业销售领域的健康发展,监管部门取消基金业的一次性奖励。紧接着,为解决基金销售的瓶颈问题,监管部门出台各种政策鼓励基金销售公司的建立。

在证监会的推动下,基金业的市场准入正逐渐放开,这必然导致行业内竞争的不断加剧,并购、重组等手段也将在不久的将来出现。在这个过程中,一个有效的公司治理结构将为承载更多责任和义务的基金公司保驾护航。”

程丹倩对未来行业的发展极具信心,她相信,监管部门市场化的发展思路与决心一定会带来行业的再次扩容。相比于其他领域的监管,我认为,基金业的监管水平目前是市场化与国际化程度最高的。身处这样一个市场化程度愈来愈深入的行业,管理者的忧患意识也应该是强烈的。”

市场化带来更广阔市场空间

不是所有的变革都为市场各方所接受。

3.15之后,基金业的参与各方反应不尽相同。程丹倩认为,最终,基金公司将是最大的受益者。今年以来,华商的生存环境发生着一些显著的变化。无论是大银行还是一些中小型的银行,合作态度都比以前更积极了。”

市场化一定是未来监管部门的发展重点。”在她看来,随着基金业的发展壮大,包括基金销售公司等第三方服务

机构的发展会加快。我不认为这种变化会对银行的销售体系形成冲击,这只会促使银行等原有的销售机构更快地提高服务手段。从更长远的眼光来看,市场化本来就不应存在太多垄断,未来的竞争最终比拼的将是服务。目前,包括工行等一些代销行推出的服务如基智定投等正越来越适合市场的需求,这样的变化对参与各方都是一种促进。”

最近,来找华商合作的中、小银行越来越多。五条基金发行通道打开之后,新发基金迅猛增多,一些中、小银行也开始在基金代销领域形成战略性布局,差异化竞争格局悄然成型。华商最近也在思考,在合作策略上,是否要和一些银行形成方向性、战略性的合作,而不仅仅局限以往那种产品方面的浅层次合作。除此之外,今年,证券公司迫于经纪业务的压力,也在选择一些能够长期合作的基金管理公司作为合作伙伴,由于业务上的契合度,我们在和他们的合作方面也在进行一种更具持续意义的尝试。”

除了外部合作环境的改善外,最令程丹倩花费精力的还是公司内部服务的优化和客户的二次挖掘。她认为,如何更好地服务已有的持有人,也是打造公司品牌的重要手段。

“下半年,我们强烈地感觉到,随着第三方支付平台迅猛发展,电子商务和网上交易受到基民的关注度越来越高。公司客户服务接到的有关网上交易的电话明显增多,投资者已经鲜明地感觉到网上交易带来的低成本和服务的便捷。我们更期待下一阶段手机支付技术在基金业的广泛应用。”

程丹倩认为,从目前公司的发展态势来看,华商正处于有史以来的最好时期,除了继续优化公司治理结构外,在战略上还应做好人才方面的积极储备。虽然每个公司都希望走得长远,但每个十年,这个行业就面临一次优胜劣汰的洗牌。人才储备对于一个资产管理公司是最重要的。QDII、货币等产品线的布局需要人才,业务创新同样也需要人才,优秀人员的沉淀对于一个志在长远的基金公司而言是必须的。”

个人观点

品牌价值 未来胜出的关键:

近一年来,华商基金的社会知名度与传播度在业内得到了极大的提高。在全景网发布不久的7月基金品牌曝光度报告”、基金产品曝光度”和基金人物曝光度”三大榜单中,华商基金均位列前7名。今年5月,公司举办的“华商产业升级高端论坛”,也被业内评为“上半年基金品牌曝光度”中具有标志性的高端品牌活动。

品牌标志着公司的信用和形象,是公司最重要的无形资产,具有凝聚力与扩散力。基金公司是直接面对社会公众的公司,品牌是公司发展最重要推动性力量之一。我们未来将一如既往地品牌建设作为公司长期发展战略目标之一。”

今年前9个月,华商定投开户数较上年增长近5倍,定投新增金额较上年增长超过4倍。程丹倩认为,这缘于之前公司在品牌建设方面的积累。品牌建设需要具有前瞻性的规划和有步骤的推进。今年年初,我们就引入了新的品牌推广形式,针对不同种类的业务种类,以不同的子品牌进行推广。在定期定投业务方面,公司今年推出了“爱·定投”,首期活动“爱老虎投”一经推出,可爱的卡通形象迅速引起投资者共鸣。在电子商务方面,我们全面升级了网上交易系统,完善网上交易功能,为投资者提供更高标准的服务。截至今年9月,公司网上交易开户数较上年增长20%,基金保有量较上年增长近40%,月涨幅呈现加速的趋势。”

在资本市场拼搏了十年之久,身为一名管理者,虽然也面临一些排名、利润、规模的考核要求,加班到半夜是常态,但程丹倩觉得自己的幸福指数很高。

不是所有的人都对财富有极度的渴望,尤其在基金领域,当你积累到一定程度之后,更多考虑的是实现自己的人生价值。希望在事业上有所成就。幸运的是,我身处在一个发展潜力无穷的行业,在这个行业里,想做事、能做事的人有无限的可能性。”

“心有多大,舞台就有多大。”是程丹倩最欣赏的一句广告词。她说时代不同了,成功的方式也不同。当年,毛主席靠小米加步枪打赢了天下。今天,赢得胜利的方式将靠对责任的履行。未来有影响力的公司,一定是靠对责任的坚守,来回报投资者、股东、包括监管部门、同行在内的市场参与者。”



程丹倩感悟

虽然每家公司都希望能够走得长远,但每个十年,这个行业就面临一次优胜劣汰的洗牌。人才储备是一家资产管理公司能否持续发展的关键,QDII、货币等产品线的布局需要人才,业务创新同样也需要人才,优秀人员的沉淀对于一个志在长远的基金公司而言是必须的。

五条基金发行通道打开之后,新发基金迅猛增多,一些中小银行也开始在基金代销领域形成战略性布局,差异化竞争格局悄然成型。我们最近也在思考,在合作策略上,是否要和一些银行形成方向性、战略性的合作,而不仅仅局限以往那种产品方面的浅层次合作。

基金深度研究

基金运作费率与业绩关系不显著

上海证券基金评价研究中心 王毅 代宏坤

在2007-2010年,统计的68只股票型基金中运作费率最高的为5.01%,最低的为1.91%,差异显著。在统计的65只混合型基金中,运作费率最高的为8.14%,最低的为2.03%,差距比股票型基金更大。

在股票型基金中,最近3年,运作费率大于4%的基金组的年化净值增长率为12.6%,而运作费率为3%-4%的基金业绩为10%,在其他的等级,也没有发现费率与业绩的显著关系,偏股型基金也是如此。可能因为国内基金的年收益较高,波动性也较大,运作费率对业绩的影响并不明显。

海外成熟市场的历史统计数据表明,指数基金常常能打败市场上多数主动管理型基金。一个很重要的原因是指数基金的费率比较低,在长期复利的作用下,成本上的细微差别引起了业绩的巨大落差。在中国基金的总费率中,同类基金的申赎等销售费率都差不多,主要的差别是基金的运作费率。基金运作费用除了支付给管理人和托管人的费用外,还包括支付给渠道的销售服务费、给券商的交易佣金以及一些必要的信息披露费用等,这些均要从基金资产中列支,运作费用是投资收益的“隐性杀手”,高运作费率的基金从长期看降低了投资者的获利水平。我们的研究发现国内基金运作费率与业绩关系不显著。

单只基金运作费率差异大

总体上,国内基金的运作费率在2007年后有了较大幅度的下降,且在随后的3年基本保持稳定。在2007年,股票型、偏股型基金的平均运作费率达到了3.87%,此后在2008年大幅下降到2.78%,在2009年,运作费率又稍微回升到了2.85%,根据2010年中报测算的基金全年运作费率约为2.45%。费率下降的一部分原因是今年上半年的市场疲软,交易不活跃。

相对总体基金运作费率水平而言,单只基金之间运作费率差异较大。在2007-2010年,统计的68只股票型基金中运作费率最高的为5.01%,最低的为

1.91%,差异显著。运作费率较高的基金包括东吴价值成长、泰达宏利稳定、建信恒久价值、泰达宏利成长、泰达宏利周期等;运作费率较低的基金包括鹏华价值优势、长信金利趋势、光大保德信核心、博时主题行业和广发聚丰等。在统计的65只混合型基金中,运作费率最高的为8.14%,最低的为2.03%,差距比股票型基金更大。运作费率较高的基金包括天治品质优选、新华优选分红、金鹰中小盘精选、大摩基础行业混合、嘉实服务增值行业等;运作费率较低的基金包括中银收益、嘉实策略成长、兴业趋势投资、富国天益价值、广发策略优选等。

基金交易费和管理费占大头

证券交易费和基金管理费是基金运作费中最主要的费用。对2007年到2010年的股票型基金和偏股型基金的分析表明,交易费和管理费加起来占基金整个运作费用的90%左右。三年中,股票型基金和偏股型基金的交易费用均值为1.125%和1.2725%,加上固定的基金管理费1.5%,构成了股票型基金和混合型基金运作费率2.88%和3.1%中的绝大部分。

相对基金固定的管理费率,基金的交易费率在逐步下降。基金交易费率在2007年达到了近年来的最高值,股票型和混合型基金的交易费率分别为0.99%

和0.96%,根据上半年的情况推测的2010年的交易费率分别为0.85%和0.8%左右。

交易费率高是因为基金换手率高。相比国外每年65%-85%的换手率,国内基金的换手率非常高。在2007-2010年,我们选取的股票型和偏股型基金的平均换手率达到386.63%。其中,2007年牛市的整体换手率为486.8%,2008年熊市的换手率为342.7%,在2009年下半年的震荡市中的换手率为330.4%,换手率在2010年上半年也保持了较高的水平。

基金运作费率与业绩关系不显著

基金运作费率与净值增长率没有显著的关系。在海外成熟市场,费率与业绩负相关的关系非常明显,即费率高的基金,在长期内业绩会相对表现不好,因此,投资者把费率作为购买基金的一个重要参考依据,回避那些费率相对较高的基金。

而在国内的统计中,没有发现基金费率与业绩有显著的关系,费率低的基金业绩不一定好,而费率相对高的基金,业绩表现也不一定不好。例如,在股票型基金中,在我们统计的3年时间里,运作费率大于4%的基金组的年化净值增长率为12.6%,而运作费率为3%-4%,其业绩也仅为10%,在其他的等级,也没有发现费率与业绩的显著关系,这样的结论同样能从偏股型基金中得到。这可能是因为在国内的市场中,由于基金的年

收益在绝对值上较海外市场大,同时波动性也较大,运作费率与收益之间的差距相对来说比海外市场大得多,因此在海外市场对业绩的影响就不明显。而在国内,收益的差距波动性不大,业绩差距不大,因此,费率的影响对于业绩的差距就比较小。但是,建议投资者在购买基金时,也最好把那些运作费率水平极端高的基金剔除掉。

主动管理型基金获得一定超额收益

主动管理型基金业绩超过经过调整后的被动管理型基金。在2007-2010年,被动型基金的年化收益率为6.93%,股票型基金的年化收益率为12.37%,偏股型基金的年化收益率为13.45%。在三年中股票型基金的平均仓位为79.68%,偏股型基金的平均仓位为73.70%,二者的平均仓位为76.69%。用一年期定期存款利率2.25%代表无风险利率,经调整后的被动型基金的业绩为5.84%。

主动管理型基金取得了一定的超额收益。在2007-2010年,股票型基金以平均2.88%的运作费率取得12.37%的年化收益率,净收益率为9.49%;偏股型以3.1%的运作费率取得13.45%的年化收益率,净收益率为10.35%。主动型基金整体的净收益率为9.92%。被动型基金的平均运作费率为1.24%,经调整的年化收益率为5.84%,净收益率为4.6%。在不考虑申赎等费用的情况下,主动型基金取得了一定的超额收益。

