

基金经理"一拖多" 同质化陷阱困扰基金业 PDF转换可能丢失  
图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/488/2021\\_2022\\_\\_E5\\_9F\\_BA\\_E9\\_87\\_91\\_E7\\_BB\\_8F\\_E7\\_c33\\_488493.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/488/2021_2022__E5_9F_BA_E9_87_91_E7_BB_8F_E7_c33_488493.htm) 从200多只股票型基金中选一只投资，这对任何一位投资者而言，都不是简单的事情。其原因一是基金种类多、产品多，更重要的是，基金同质化趋势日益明显，无论什么基金，背后的重仓股几乎都一样。《华夏时报》记者近日在调查中发现，基金发行不断常态化使得基金经理“一拖多”现象已成业内流行，这加剧了基金同质化趋势。在基金业内人士看来，基金公司要想保持“特色牌”，减缓基金同质化的捷径或将来自销售理念的改变，而这种变化，将对目前的基金产业链格局发起挑战。“千基一面”尽管各只基金名称五花八门，但只要翻翻基金契约，就会发现同一类型的基金其投资方向和投资策略大同小异。《华夏时报》记者注意到，同质化已经成为困扰基金市场发展的一大难题。一些投资者甚至在互联网上发帖子调侃说：“现在的基金是‘千基一面’，名字不是增长就是优质，投资策略都是价值，投资范围都是基本面向好的上市公司……”北京一家基金公司的投资总监向记者透露，同质化的矛盾主要集中于基金类型、类别、投资决策的出发点、决策点、取向趋同性太大。在他看来，基金投资决策的趋同，最主要的表现莫过于扎堆买股，比如在熊市中抱团取暖的防御策略，在牛市中形成泾渭分明的“二八”甚至“一九”现象。他强调，基金投资目标同质化，会使市场的热点过于集中，其同进同退的策略，更易造成市场波动加大。“很多时候，A股市场的主要热点均由基金集体建仓而出现过热；而集

体减仓又会使某一行业股票受到重创。所以去年下半年证监会还专门就基金持股过于集中发出警示。”记者调查发现，同质化问题不仅困扰着基金业，也困扰着基金发行的主渠道银行。工行十里堡支行财富中心的一位客户经理告诉记者，尽管银行代销的基金有上百只，但每次向投资者推荐时都几乎是把同一套“台词”背一遍，他们缺少对投资者专业的精准建议。这位客户经理指出，在国外，投资者一般会向投资顾问咨询，投资顾问则会结合不同产品的特色和投资者的风险偏好进行推荐。“但目前国内基金产品长期同质化，使得我们向客户推荐的范畴很有限。同质化不仅使国内基金销售市场长期在低水平徘徊，也让我们难以真正实现国外通行的‘顾问式营销’。”“一拖多”的无奈

上述投资总监分析认为，国内基金行业流行的一句名言是“买基金就是买管理人”，实际上从某种意义上讲，这正反映了投资者对基金产品同质化的无奈。在他看来，基金产品本身大多相似，唯一不同的便是管理人，所以投资者在选基金时，唯一的主动权就是选管理人，这造就了当前“明星基金经理”等现象。“但更严重的问题是，投资者这个唯一的主动权遭受着日益增多的基金经理‘一拖多’现象的挑战。”《华夏时报》记者注意到，今年以来，随着基金发行不断提速，新基金数目迅速攀升，使得本来就闹人才“饥荒”的基金经理行业人才供给紧张，基金经理“一拖多”现象已成业内流行。据Wind资讯统计，同时参与管理两只及以上基金的基金经理现已多达49人，管理基金数占基金总数的三分之一。不少基金经理管理的基金数超过两只。以招商基金管理公司为例，旗下招商股票、招商平衡、招商债券三只基金的基金经理都为游海和胡

军华两人，胡军华同时还管理着第四只基金招商安本增利。此外，招商基金投资副总监张冰独自管理着招商核心价值、招商先锋、招商优质成长（LOF）三只基金。一家基金公司总经理告诉《华夏时报》记者，这样做是不得已而为之。“如果不能招聘到一个合适的基金经理来做新发基金的经理，先让公司旗下其他基金的基金经理暂时兼任，不仅能解燃眉之急，还有其有利的一面公司老的基金经理对日常流程和整个投研团队比较熟悉，容易沟通，且相对来说经验较丰富。”

但这位总经理的观点遭到不少基金研究人士的质疑。在东莞证券分析师陈桂柳看来，基金经理同时管理多只类型接近的基金，投资风格会逐渐趋同，不利于保持基金自身的投资特点，无法避免同质性；另外，同时管理多只基金必然会分散基金经理的精力。宏源证券分析师蒋全直言，“一拖多”会造成大部分基金的投资策略和投资方向与其合同中所说的不符。开打“特色牌”其实，同质化问题早已引起监管层和基金公司的关注。2007年，证监会先后审批多只创新封闭式基金发行，反映了监管层推动金融创新，鼓励基金从“同质化”走向“特色化”的意图。而基金公司也一直在尝试创新，丰富产品“个性特色”。

在今年获批的近30只新基金中，记者发现不乏创新的特色产品，如富国天成红利基金主要特色在于“定期定额”分红，即在每年初拟定当年分红计划，规定在什么时间点，分多少额度的红利。这种产品使得基金在震荡行情中便于将已实现的投资收益及时兑现。富国基金副总经理谢卫向《华夏时报》记者指出，基金开打“特色牌”有可能推动基金公司建立更完善、更科学的产品结构，能够更有效控制市场风险，从整体上提高投资的稳定性。在谢

卫看来，更重要的是，如果基金产品特色各不相同，可以让不同的投资者买到更适合自己的基金，这会促进基金投资者越来越理性，也会促进基金保持住自己的“特色牌”。一位基金公司的营销负责人告诉记者，要让投资者找到符合其真正需要的基金产品进行投资，有一条捷径改变基金销售人员的角色。“基金销售人员的角色要从一个销售人员向投资顾问转变，顾问式营销必定是基金‘特色化’时代的趋势。”

谢卫也表示，目前要改变基金同质化现状，在基金产品设计、销售、客户服务等一个完整的产业链中，最显而易见的变化将来自于销售。他分析称，在基金同质化的情况下，基金销售人员只要了解个大概水平就能应付，但如果基金产品有其特色，那么这只产品适合什么样的人群、应该采用什么样的销售技巧，都会成为基金销售人员面对的新问题。三个应对之策

基金同质化的趋势，无疑给希望建立基金组合分散风险的投资者带来了麻烦。投资者如果投资了名称迥异但相似度极高的基金，可能就没办法通过合理的配置来规避投资风险。东莞证券基金研究员陈桂柳向记者强调，原则上投资者主要是根据自己的风险承受能力去选择基金，但鉴于目前很多基金在说明书中涉及的投资类型和风格与实际操作不一致，因此，购买基金前还要仔细了解该产品的资产配置情况。

“回避基金同质化的风险，有个最简单的办法就是选择指数型基金，可以选择跟踪大盘蓝筹股和跟踪小盘股的不同基金。从国外股市看，在一段相对长的时间内，主动型基金一般都跑不赢被动型的指数型基金。”针对投资主动型基金、时间选择要求灵活的投资者，基金研究人士向记者提出了避免基金同质化的三个应对策略：尽可能多地了解基金经理目前

及过往管理基金的情况。如果基金经理管理的同类型基金不止一只，那投资者选择其管理的一只基金即可。投资者可考虑组合投资不同风险类别的基金。根据风险偏好比例配置债券型基金、股票型基金及混合型基金。这样可以在股票市场调整中，最大限度地降低“同涨同跌”造成的业绩波动。综合考虑基金公司的声誉和投研实力。声誉较高、投研实力强大的公司，能够比同行更快、更多地发现市场上具有投资价值的品种，从而积极调整基金组合。投资者选择这类基金公司旗下的基金，可以减小“同质化”造成的市场风险。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问  
[www.100test.com](http://www.100test.com)