

百亿元级私募正心谷遭投资者多项质疑 专家认为是否触发合同要约是关键

■本报记者 王宁

2022年交易首周,投资者举报私募机构事件在私募圈刷屏。

1月4日,百亿元级私募正心谷被投资者爆料:该公司旗下相关产品净值大幅回撤,疑似存在“代理基金经理”、高位接盘、输送利益等情况。因此,投资者要求公司召开产品说明会,回答相关问题。

正心谷在回应《证券日报》记者采访时称,网传举报信息存在多处与事实不符的表述,且公司暂未收到监管部门责令整改通知等;同时,公司正在增强投研能力建设,力争用业绩赢回投资者的信任。

在诸多受访者看来,随着近两年新锐百亿元级私募不断增多,私募与投资者的关系问题也与日俱增。针对此次举报事件,关键是要厘清事件本质:私募机构是否存在违法违规行为,投资者权益是否受到侵害等。

是否触发合同要约行为 成判断依据

记者在调查中发现,此次事件涉及投资者数量高达几十人,投资者提出的质疑多达十几项,包括:公司是否高位接盘兴业银行、云铝股份、神火股份、山东海化和中泰化学等多只股票?是否存在“代理基金经理”、利益输送?是否存在虚假宣传(几乎所有产品都在净值以上)?风控机制是否完善等。

据了解,有投资者表示,首先,正心谷旗下相关产品净值回撤较大,几乎亏掉本金的三分之一;其次,产品不设置回撤线的理由很难让人信服;第三,多次沟通不畅,且公司高管也未现身解释。

对此,正心谷相关人士从五方面对记者采访给予回复:

一是肯定了来自任何监管机构要求整改的说法。其中,绝对否认2021年3月24日浙江证监局下发要求整改通知的消息。

二是针对合规问题,正心谷相关人士表示,一直以来都规范运作,所有投研流程、投资决策均有体系化的风控合规流程保障;至于产品净值回撤方面,短期净值波动不代表长期投资结果,公司将继续长期深度研究和实地调研,增强投研队伍建设,用业绩来赢回投资者的信任。

三是关于与投资者的沟通问题,公司称,在2021年共计进行超1000场次的渠道与直销路演,一直与投资者保持高频交流。

四是关于高位接盘的质疑,上述相关人士表示,自去年三季度以来,公司所重仓的股票均在合同范围内操作,投资范围从未自我设限或完全只



百亿元级私募正心谷被投资者爆料:

该公司旗下相关产品净值大幅回撤,疑似存在“代理基金经理”、高位接盘、输送利益等情况

专家表示

在这场纠纷中,正心谷是否存在触发合同要约行为成为关键

崔建岐/制图

局限于某些主题投资机会。由于2021年A股市场消费板块和医药板块面临较大幅度调整,未有持续性投资机会。因此,在科技制造与“强者恒强”投资逻辑领域布局较多,具体投资标的包括有色金属、化工材料、电子半导体等行业,未集中在周期与传统化工板块。

五是关于仓位较高、持仓混乱、频繁换股等投资操作是否导致基金净值大幅下跌,以及未来投资组合如何调整等问题,正心谷相关人士表示,公司投资方法是自上而下的宏观判断与自下而上的精选个股相结合,因此自上而下维度调仓策略也曾使用。正心谷表示,“早在2018年,公司换股、调仓行为均基于深入调研与宏观判断,而导致净值下跌或受多种因素共同影响”。

有专家表示,投资者与资产管理人产生纠纷,管理机构因内讧而“分家”的闹剧比比皆是,而解决此类问题的根本方法则是依据投资者与机构签订的合同,判断资管机构是否存在违规违纪行为。由此可见,在这场纠纷中,正心谷是否存在触发合同要约行为成为关键。

新锐百亿元级私募 纷纷遭遇信任危机

近两年,私募业进入发展扩张期,百亿元级私募阵营不断扩大。据私募排排网统计数据,截至目前,百亿元级私募数量已达104家,其中量化策略百亿元级私募有27家。整体来看,在上述104家百亿元级私募中,新秀数量占比超50%。

但需要注意的是,在这些新锐百

亿元级私募中,遭遇信任危机事件时有发生。

去年8月份,作为百亿元级私募大佬的林园投资董事长林园,在一场路演中公开回怼投资者,“亏了你活该,我不会向你道歉!”“我们就是炒股的,没有行业方向”“回撤的原因是你,怪你自己,我从来没让你买!”。随后,该事件持续发酵,致使很多投资者无法接受这样的服务态度。

同时,在2021年下半年A股市场风格切换下,量化私募业绩也差强人意。去年四季度,不少量化交易投资者遭遇基金净值回撤,因而质疑管理机构的投资能力。

临近2021年年底,近千亿元级的量化私募幻方量化发布一则致歉书(《致尊敬的投资者》)。幻方量化表示,公司对产品业绩回撤达到历史最大值而深感愧疚,业绩波动一部分原因是受长周期上的持股波动影响;另一部分原因则是量化资管行业规模扩张过快,策略同质化严重,进而加大整体操作难度。对此,公司会不断调整策略,加大对策略研究投入,务求在未来竞争中取得领先。

新年伊始,又有两位投资大佬公开道歉。仁桥资产总经理夏俊杰在近日发布的《仁桥资产投资备忘录-2021》中表示,2021年公司在地产板块的投资非常失败。中证地产指数全年下跌20%,而持仓的某龙头公司全年下跌幅度远超该指数。百亿元级私募慎知资产创始人余海丰也于近日表示:“相对于(公募)同行的表现,这是我自2012年有公开业绩以来最差的一年。在此,给各位信任、支持我们的投资人、渠道朋友,发自肺腑地表示惭愧!”

表示惭愧!”

百亿元级私募 现不同程度亏损

2021年A股市场风格切换较快,所呈现的投资机会稍纵即逝,不少百亿元级私募都出现了不同程度的亏损。

据私募排排网统计数据,去年前11个月,有业绩记录的84家百亿元级私募平均回撤值为6.67%,其中有20家回撤超过20%;最大回撤幅度为31.06%。

记者调查发现,在这些回撤产品中,除了主观交易产品外,量化策略产品也现身其中。厚石天成总经理侯延军对记者表示,去年量化交易规模增长过快,策略趋同性导致同涨同跌,其中,部分策略遇到规模天花板,导致效率减弱;同时,投资者过度关注量化交易业绩,导致心态失衡。

私募排排网基金经理胡胡也对记者表示,自去年9月份以来,量化私募遭遇了严重考验:一方面,随着市场波动的无序性和热点持续性变差,导致量化策略出现回撤,指数本身的Beta回撤的同时,超额部分也出现回撤;另一方面,量化策略的波动加大与规模显著扩张有一定的负相关性,私募规模扩张太快导致策略无法捕捉更有效的投资机会。

玄甲金融CEO林佳义表示,量化策略同质化外,换手率高达百倍,交易佣金本身也是消耗超额收益的因素之一,这加剧了策略跑不出收益。由此来看,量化产品业绩分化源于策略组合差异性,以及规模容量等因素。

车市观潮

英菲尼迪褪去豪华品牌“外衣” 日产战略调整进入收缩转型期

■本报记者 龚梦泽

在日产汽车力求缩减开支的背景下,回归东风日产成为英菲尼迪为求生存而迈出的一步棋。

2022年1月5日,东风汽车有限公司官方发布消息称,东风英菲尼迪将作为一个独立的事业部纳入东风日产的管理体系。这意味着英菲尼迪在华将从独立运营品牌,内部“降级”为东风日产旗下品牌,与日产、启辰并列。

对此,东风汽车有限公司表示,回归后,英菲尼迪将充分利用东风日产在研发、制造和管理等方面优势,探索新业务模式,为英菲尼迪在电动化、自动驾驶、移动互联和共享出行等方面贡献力量。

“英菲尼迪在豪华车市场中的存在感一直很弱。”中国汽车工业咨询发展公司首席分析师贾新光表示,此次品牌调整是为在销量不振情况下减少支出和损耗。按东风日产最初的战略设想,英菲尼迪将成为一个独立的世界性品牌,但现实却难以达到此目标。数据显示,东风英菲尼迪2020年销量仅2.57万辆,2021年销量仅1万辆左右。

英菲尼迪品牌“降级” 回归东风日产成独立事业部

在连年不佳的财报、产销数据和投资者的质疑声中,日产这艘大船终于掉转船头,驶向改革深水区。而旗下豪华品牌英菲尼迪成为先行者,其已褪去豪华品牌外衣,归入普通品牌行列。

资料显示,英菲尼迪是日产汽车旗下的豪华品牌,在东风英菲尼迪成立前,业内普遍认为其在华运营模式将采取与一汽-大众奥迪类似的模式,即东风日产为其成立专属事业部。而事实上,2014年英菲尼迪与东风集团成立合资公司东风英菲尼迪,与东风日产平行运营。

《证券日报》记者观察到,2021年9月份,日产汽车发布“Nissan Next”企业转型计划,核心在于收缩全球市场,更加聚焦中国、北美和日本本土市场。而作为日产旗下的豪华品牌,英菲尼迪首席运营官Ashwani Gupta透露,在转型计划中,英菲尼迪的定位为“Nissan plus”。

这也相当于变相宣布英菲尼迪将退出豪华品牌车型领域竞争,更多利用日产平台和组件,包括母公司的e-Power混合动力系统。对于定位的改变,Ashwani Gupta直言不讳,“英菲尼迪或许只有变得不那么豪华,才能更好地生存下去,而活下去才是英菲尼迪再次变得伟大,重归巅峰的前提”。

实际上,作为日产转型改革率先被“开刀”对象,英菲尼迪并不“冤枉”。2016年,英菲尼迪销量增速由2015年的33%暴跌至3.4%;2017年,英菲尼迪经历短暂高光,累计销量达48408辆,增速回暖至16.4%;2018年,缺乏资源的英菲尼迪销量再度下滑,并一直持续到2021年。

此外,2018年英菲尼迪母公司日

产汽车全球营业利润大幅下滑45%,达近10年以来最低水平;2019财年日产汽车净亏损6710亿日元(折合62亿美元),创近20年以来最大亏损,这也间接增加了大众对英菲尼迪业绩表现的关注。

进入中国市场近10年,这期间英菲尼迪在华销量始终未能突破5万辆/年大关,相比雷克萨斯、凯迪拉克等品牌,英菲尼迪明显“掉队”。而成立东风英菲尼迪后,公司仅有Q50L和QX50两款车型在售,直到2021年12月份,第三款车型(中大型SUV QX60)才姗姗来迟。

也正是在这样的大背景下,英菲尼迪近年来相继宣布退出欧洲、澳洲市场,将全球总部由香港迁回横滨,并进行一系列高层人事变动。变革正在英菲尼迪内部酝酿展开。

日系豪华车在华发展维艰 东风与日产进入深度调整期

据记者观察,在“日系三强”中,只有丰田旗下雷克萨斯的高端化之路走得顺风顺水,即使在全球车市整体不景气的2020年,其全球销量仍然达到近72万辆。其中,在中国销量突破22万辆,不断刷新纪录。而反观日产旗下的英菲尼迪和本田旗下的讴歌,在全球范围内的销量均差强人意,特别是在中国市场。

针对两者共同的处境,分析人士认为,英菲尼迪与讴歌在品牌层面均处于弱势。雷克萨斯背后的丰田是全球三大巨头车企之一,强大的财力足以支撑起品牌的豪华属性。而英菲尼迪和讴歌背后的母公司体量相对较小,边际效应难以挽回。

贾新光对《证券日报》记者表示,豪华汽车品牌形象下滑后更容易积重难返,除非大力推出新车型或新销售策略,否则短期很难挽回。

值得一提的是,英菲尼迪回归东风日产标志着东风汽车有限公司转型进入深水区。事实上,在英菲尼迪之前,启辰也经历了类似内部“降级”的调整。在2020年12月份,东风汽车有限公司宣布整合旗下事业部,启辰作为独立品牌运行三年后回归东风日产旗下。

“公司的转型已于2022年1月1日开始”,东风汽车有限公司方面回复记者表示,“通过事业整合和优化等一系列改革措施,东风汽车有限公司将一如既往地生产、启辰和英菲尼迪的消费者提供高质量的产品和服务。”可以预计,英菲尼迪的调整只是一个开始,2022年更多变化或将发生。

一系列调整的背后,反映出日产在中国市场战略正在发生变化,聚焦和协同发展将成为主旋律。此外,对品牌进行整合的同时,电动化将成为日产最重要的转型方向。在2021年12月份最新发布的2030愿景中,日产方面表示,中国作为其最重要的市场,到2026财年电动车型销量将占车型总销量的40%以上。数据显示,受新冠肺炎疫情、原材料短缺等因素影响,日产在华2021年1月份至11月份累计销量为124.48万台,同比下降3.1%。

本版主编 姜楠 责编 田鹏 制作 张玉萍
E-mail: zmxz@zqrb.net 电话 010-83251785

方大特钢未来坚持以差异化战略为核心 “三大品种”协同发展

日前,从方大特钢2021年度建材客户座谈会上获悉,该公司未来继续坚持以差异化战略为核心,坚持建材、弹扁、优钢协同发展,以更优质的产品和服务在竞争激烈的钢铁行业中赢得主动权。

据了解,该公司与江西省内外33家、90余名客户及金融机构代表,围绕

企业与客户之间的合作及对2022年未来建材市场走势进行分析、研判。

对于未来发展,公司董事长徐志新表示,方大特钢始终坚持以差异化战略为核心,建材、弹扁、优钢协同发展,并坚持以创新驱动,继续在科技创新方面发力,不断加强新品研发,通过自主研发和产学研合作两条腿走

路,持续开展新产品开发、新技术运用、技术经济指标等科技攻关,为企业高质量发展注入源源不断的动力,适应消费升级趋势,满足市场需求。

后期,方大特钢将进一步加大品牌宣传建设,根据产品、产业链的优势,充分发挥公司在研发、品质、物流各方面的优势,根据市场需求变化,统

筹安排各品种规格的生产,实现协同发展。销售部门坚持以市场为导向,以客户为中心,加强市场调研和客户走访,加强与江西省内投放钢企沟通协作,定期召开协调会议,维护区域市场的健康有序运行,不断提高服务意识,提高用户满意度。(段文海 周洪)

(CIS)

