



八維定位 | 光大控股消費基金再升級

日前，光大控股旗下消費基金正式啟用新名稱，進一步聚焦和深耕在內循環之下的消費領域投資，以更加符合基金自 2016 年以來的投資定位。

在新名稱揭牌儀式上，光大控股總裁張明翹先生表示：“光大控股一直支持消費基金團隊探索有特色有側重的消費投資之路，打造面向機構投資人的旗艦產品。消費基金團隊過去管理的數只基金產品與消費類被投企業建立了長期穩固的合作關係，也為投資人帶來了良好回報，充分驗證了基金團隊投資策略的有效性。未來，公司將一如既往的支持消費基金發展，更好為投資人服務，與被投企業共同發展。”

光大控股消費基金部董事總經理呂志超表示，“光大控股消費基金的定位是更聚焦、更穩健的消費領域投資，核心理念是通過專注、深入、長期的投資模式，把握安全邊際，實現合理回報。這個策略在 2016 年初步成型，持續優化，不斷完善和升級，與市場流行的‘大消費’和‘新消費’定位有所不同。

基金專注於弱經濟週期的食品全產業鏈和弱政策敏感度的職業教育和素質教育等核心民生類項目，穩定性、確定性較高。在這個方向上，團隊精選‘規模空間大、生命週期長、品類增速高、集中度較低、盈利能力強’的賽道，綜合評估達標之後，進入內部被投白名單。然後，再優選細分賽道的頭部企業和廣受尊敬的企業家，秉承集中投資和長期投資理念，圍繞企業願景和資金需求，不斷追加投入，推動企業價值不斷提升。以上幾點，再加上公司治理和數據治理水平評估，形成了團隊投資“八維定位”。

“八維定位”這種集中投資、深入參與、產業與資本背靠背協同發展的模式既是合作共贏的得力手段、也是管控風險的有效抓手。截至目前，消費基金團隊累計管理三期盲池基金、兩支專項基金和一支聯結基金，無一項目虧損。

在基金的投資“八維定位”中，第七條明確要求每個項目都必須有董事席位及部分重大權利，這一條把很多所謂熱門項目擋在了門外，但仍有企業願意積極配合，呂志超表示，“這其實是個雙向過濾器，在投資人考察企業的同時，也促使企業不得不認真評判投資人是否志同道合、德才兼備，能否建立深度互



信、攜手一起堅定走向模糊的遠方。而投資人重金投入之後，等於把自己與被投企業深度綁定，錦上添花固然不錯，也要做好準備雪中送炭、持續投入各種有形無形資源；如果貪圖坐享其成，風險遲早上門。”

投資如何深度參與卻幫忙不添亂、讓企業家覺得舒服，這對企業和投資人都是極高的要求。呂志超說：“這就像一場婚姻，選擇往往比努力更重要；一旦做出了選擇，唯有從信任出發，一路小心呵護、竭誠努力。光大控股消費基金將繼續秉承長期合作共贏理念，圍繞食品全產業鏈和少數細分教育領域，與志同道合的細分賽道頭部企業精誠合作，努力發揮自身市場化、法治化和專業化的央企平台優勢，賦能企業，堅定做最懂產業、最可信賴的戰略長期好夥伴！”