

基金营销“信任危机”形成已久 投顾转型点出破题关键

证券时报记者 赵梦桥

5月7日,证监会印发《推动公募基金高质量发展行动方案》(下称《方案》),对基金销售机构作了提纲挈领的要求。针对当下“规模至上”的行业风气以及基金营销面临的“信任危机”,《方案》明确指出,要建立基金销售机构分类评价机制。

《方案》出炉后,基金代销格局的变化再度按下了“加速键”。展望未来,基金投顾无疑将成为破题的关键。有公募人士指出,只有那些真正站在投资者角度,能够把合适产品推荐给适合投资者的渠道,才能在代销领域站住脚跟。

1 基金营销“信任危机”

《方案》要求,建立基金销售机构分类评价机制。将权益类基金保有规模及占比、首发产品保有规模及占比、投资者盈亏与持有期限、定投业务规模等纳入评价指标体系。对分类评价结果靠前的基金销售机构,在产品准入、牌照申请、创新业务等方面依法优先考虑。督促基金销售机构完善内部考核激励机制,加大对保有投资者盈亏情况的考核权重。

“这些条款针对的是销售机构看重营销、看重规模的销售模式。为什么会有营销乱象,主要还是因为传统的基金销售模式以卖方为主,忽视服务和客户体验,致使客户对基金产品的信任度日益下降,这也是造成过去几年基金销售信任缺失的主要原因。”华北某公募基金渠道人士表示。

该渠道人士举例称:以年轻“小白”客群为例,他们的情绪和信心易受市场波动的影响,权益基金收益不佳时便会直接不考虑购买,债基一跌就想要赎回。因此,与其重点去做营销,不如着重帮客户赚到应得收益,通过配置提升他们的账户收益。只有得到了客户的信任,才能让业务可持续发展。

蚂蚁基金董事长王珏认为,《方案》此次为基金代销机构优化业务模式提供了关键指引。基金代销机构的发展有望从“求快”转向“深耕”,更注重客户真实盈利体验和长期资产配置服务能力,避免以首发规模为导向的销售激励体系,并降低“赎旧买新”等行业乱象,这与行业可持续发展

2 代销江湖深刻变革

《方案》出炉后,基金代销格局的变化也再度按下了“加速键”。

近日,前海开源基金、中欧基金、富荣基金等基金公司公告称,经协商一致,决定终止民商基金办理名下基金认购、申购、定期定额投资及基金转换等相关销售业务。

官网信息显示,民商基金是一家由银行业专业人士发起成立的基金销售公司,并于2017年10月获得基金销售牌照。截至今年6月22日,民商基金的代销基金数量已降至829只,代销基金公司数量降至23家。而在今年4月底时,民商基金代销的基金数量达2726只,代销基金公司家数为72家。据了解,民商基金被密集终止合作主要由于该机构在进行业务转型,将放弃公募代销业务,未来或专注于私募代销业务。

此外,今年以来,多家基金公司主动或被动地宣布与中植基金、厦门银行、大智慧基金、宜信普泽基金、乾道基金等十余家基金代销机构终止合作。

排排网财富公募基金运营曾方认为,代销机构的离场释放了多重信号。首先,这种自然出清机制将优化行业生态,推动形成更健康的市场结构;其次,在存量竞争环境下,缺乏核心竞争力的中小公募基金代销机构面临更大生存压力;最后,也是更重要的,投资者的选择逻辑正在发生质变——从单纯比较费率转向全面评估公募代销机构的合规资质、投研实力和服务体系。这预示着,公募代销市场进入了理性发展阶段。

华南某公募人士表示:“整体上,未来

代销基金数量前十机构一览（截至6月22日）			
基金代销机构	机构类型	代销基金只数	代销基金公司家数
上海天天基金销售有限公司	独立基金销售机构	11002	183
中信建投证券股份有限公司	证券公司	10909	146
中信证券股份有限公司	证券公司	10806	144
中信证券（山东）有限责任公司	证券公司	10798	144
珠海盈米基金销售有限公司	独立基金销售机构	10766	179
中信证券华南股份有限公司	证券公司	10746	144
国金证券股份有限公司	证券公司	10606	146
蚂蚁（杭州）基金销售有限公司	独立基金销售机构	10586	178
上海好买基金销售有限公司	独立基金销售机构	10393	172
京东肯特瑞基金销售有限公司	独立基金销售机构	10374	176



数据来源:Wind 图虫创意/供图 赵梦桥/制表

发展的底层逻辑是深度契合的。

盈米基金表示,《方案》提到将投资者盈亏与持有期限等纳入评价指标体系,这一机制将倒逼代销机构从“规模至上”转向“长期价值”导向,注重客户留存和投资回报,而非单纯追求交易量。《方案》发布后,行业正从“重规模”向“重投资者回报”转型,公募基金行业的生态得以重构,这也与基金投顾的核心理念高度契合。

公募基金的代销合作肯定会往规范化、制度化的方向走,在合作伙伴的选择上自然也会更加审慎,同时还会把更好的销售资源集中到更好的渠道上,这或许是资源整合的必然路径。”

当前,公募基金代销市场呈现银行、券商、独立基金销售机构的“三足鼎立”格局。银行凭借庞大的线下网点和客户基础,仍占据重要地位;券商依托其专业投顾团队和综合金融服务能力,逐步提升市场份额;独立基金销售机构则通过互联网化运营和精细化客户管理,重点覆盖长尾客户群体。

银行渠道方面,中信银行、建设银行等多家银行近期接连公告称,对旗下代销的部分公募基金进行了风险评级调整,并且全部为向上调整。对此,创金合信基金表示:“《方案》强调投资者与公募基金的风险适配,未来动态调整代销产品风险评级或将成为代销渠道的标准动作。通过动态评估产品风险等级,既可以避免投资者承受不适当的风险,也便于投资者选择适合自己风险偏好的产品。”

业内人士普遍提到,从公募基金代销市场的现有格局来看,基于客户群体的风险偏好和投研能力等优势,券商代销权益类基金产品的规模有望逐年扩张。国信证券非银分析师孔祥认为,被动股基是《方案》突出的重点发展方向,其本身也面临宽基指数基金占比较高、其余指数基金占比较低等结构性问题。伴随监管引导和投资者需求变化,行业主题类、风格策略类指数基金料将快速发展。

3 基金投顾或成破题关键

在基金代销行业风起云涌之际,华东某公募销售人士预判:“以投资者利益为核心的三方投顾模式,或许会成为破题的关键。”

该销售人士表示,一方面,主动权益投资在严格跟踪基准的背景下,或许会呈现出指数增强投资效果,之前由基金经理承担的资产配置、择时切换等投资管理职能,势必需要有人来补充;另一方面,在被动指数投资大发展的背景下,特别是那些行业/主题型产品,波动大、理解门槛高,配置难度同样不小,这就需要代销渠道的投顾帮助投资者做好资产配置以及择时、止盈等。

盈米基金认为,投顾与传统销售、资管的最大区别,在于投顾是与客户的风险承受能力、目标、资金期限等要素紧密相关的。这就要求投顾深耕客户的需求和目标,要跳出“卖产品”的思维,以资金规划和资产配置的思路为客户定制个性化的解决方案。买方投顾应该形成“组织心智”,这不只是一个口号,更要体现在产品供给、业务模式、考核指标、人才结构及整个业务流程中,切实落实买方立场。

“同时,投顾需通过投教提升客户投

4 “降费”是危亦是机

《方案》还指出,要合理调降公募基金

的认申购费和销售服务费。多名业内人士认为,“降费”对于代销机构而言,短期内无疑是利空,但这也将倒逼代销机构加快向“买方”转型的步伐。

某基金代销机构人士直言:“中小代销机构若无法突破传统销售模式,生存空间将继续收窄。”

前述华东公募渠道人士表示,短期来看,“降费”导致收入减少自然也会带来压力,但长期来看,整体费用规模的缩减也会倒逼机构直面竞争,“或许只有那些真正站在投资者角度,能够把合适产品推荐给适合投资者的渠道,才能在代销领域站住脚跟”。

盈米基金也表示,公募基金行业费率下行是必然趋势,虽然短期会对业务有所影响,但长期来看,这会倒逼更多机构向“买方”转型,反而给投顾收费腾挪出了空间,从而促进财富管理和投顾业务的发展。

从海外市场看,上个世纪80年代开

资认知,但投教不是简单的知识灌输,而是通过陪伴改变客户的行为,让客户理解金融产品的复杂性与投资逻辑,最终引导客户形成更健康的投资习惯,减少情绪化交易,如追涨杀跌等行为。”盈米基金表示。

结合海外经验来看,兴证全球基金总经理助理林国怀表示,向买方投顾转型是提升投资者体验的重要举措。特别是资管新规落地实施后,投资者逐渐适应波动的理财环境,对降低投资波动性的需求也日益强烈。在近两年股市大幅震荡的背景下,投资者对多资产、多策略的需求更为迫切。

林国怀认为,作为财富管理机构,一方面,要以专业能力挑选长期优质的基金经理和基金产品,并通过持续的投顾服务,将合适的基金产品放置在合适的组合中,匹配客户真切的财富管理需求。这需要基金投顾持续努力,说服客户关注长期投资并抵制追涨杀跌行为,理解组合的理念,帮助客户实现资产的长期增值;另一方面,要更加关注自身投顾能力的提升,维护与客户

的长期信任关系,从而带来较高的客户黏性和长期的资金流入。

平安证券分析师王维逸认为,“渠道基金管理费就出现下滑,但带来了财富管理和投顾业务的大发展。借鉴而言,这或许也意味着中国大财富管理时代的到来。在盈米基金看来,投顾收费标准的最大特点是多样化、市场化,未来投顾机构会否成功的关键,是能不能真正站在客户角度建立起与客户之间的信任,“这个市场缺的永远不是钱而是信任”。

“降费将倒逼更多的机构真正向‘买方’转型。现有的金融机构可尝试在内部开设试验田,让真正有志于投顾业务的人去转型,以适应行业变革的浪潮。在为投资者降低成本的同时,实现自身业务模式的升级与可持续发展。”盈米基金表示。

平安证券分析师王维逸认为,“渠道端优化在即,客户体验为王”。随着公募费率进一步推进,监管要求规范销售环节的收费,预计可能涉及让利投资者、优化销售行为等。“未来,各类销售机构将着重关注投资者长期服务,基于保有量的销售服务费和客户维护费的收入比重或将持续提升。”王维逸称。

在中国基金业逐步开放的大背景下,上半年外资公募正继续加快将产品线落地于本土市场的步伐。

证券时报记者注意到,今年以来,债券类产品成为了外资公募新发的绝对主力,体现了外资“稳中求进”的市场策略。多只债基首发规模突破50亿元,稳健配置价值获得了资金的广泛认可。

与此同时,指数增强型基金在权益产品中迅速崛起,成为外资重点关注的布局方向。而以多元资产配置、港股精选策略等为代表的特色产品,也进一步丰富了外资公募在中国市场的投资工具箱,推动其本土化体系持续完善。

债基成外资公募新发主线 头部产品规模不低于50亿

今年以来,债券基金悄然成为了外资公募新基金发行的绝对主力。从纯债产品到混合债基,各类债券型产品密集亮相,构成了外资公募在华发展业务的重要抓手。

证券时报记者注意到,贝莱德基金接连推出了中长期纯债型基金贝莱德安泽60天持有,以及混合债券型二级基金贝莱德富元添益;路博迈基金则布局了路博迈领航60天滚动持有这一中长期纯债产品。

除了上述两家外资公募,其他外资公募亦动作频频。比如,施罗德基金发行了中长期纯债型基金施罗德添源纯债、安联基金发行了混合债券型二级基金安联安裕、联博基金发行了混合债券型二级基金联博汇利。

此外,宏利基金旗下多只产品也于年内发行,包括中长期纯债型基金汇安裕宏利率债、宏利悦享30天持有、宏利悦利率债等;摩根资产亦批量发行了摩根30天持有、摩根60天持有、摩根90天持有、摩根恒鑫等多档不同期限与类型的债券基金。

值得注意的是,多只债基的首发规模较为亮眼,体现了资金对债券资产的高度认可。其中,汇安裕宏利率债、施罗德添源纯债的首发规模分别达60亿元、59.99亿元;宏利悦利率债、宏利同业存单指数7天持有的规模也均在50亿元级别,分别为59.66亿元、50亿元。

沪上一位基金评价人士向证券时报记者表示,今年以来,外资公募在新基金发行中明显倾向于债券类产品,一方面是当前利率环境仍具配置价值,债基有望提供稳健回报;另一方面是相较于权益市场的波动性,债券资产更契合外资机构初入中国市场时“稳中求进”的策略路径。多只外资债基产品的发行规模突破50亿元,显示外资的债券策略获得了机构和个人投资者的认可,这也为外资公募提升资产管理规模、深耕中国市场夯实了基础。

权益重点布局指数增强基金 部分产品首发规模突破10亿

在权益类产品方面,指数产品表现活跃,成为外资公募布局的另一大焦点。特别是A股细分指数的增强策略基金,正吸引越来越多的机构资金入场。

具体来看,贝莱德基金和路博迈基金分别推出了贝莱德中证A500指数增强、路博迈中证A500指数增强;宏利基金则布局了宏利中证A50指数增强、宏利中证A500指数增强。在指数策略上,摩根资产也有不小的动作,分别发行了摩根中证A500增强策略ETF、摩根沪深300自由现金流ETF。

在发行规模方面,上述部分指数产品的表现同样亮眼。数据显示,路博迈中证A500指数增强、摩根中证A500增强策略ETF的首发规模均突破了10亿元,显示投资者期待增强策略在波动市场中能获取更多超额收益。

沪上某头部公募的市场部负责人表示,在权益产品布局上,外资公募明显加大了对指数增强型基金的投入,尤其聚焦于A50、A500等细分赛道。这类产品在兼具被动跟踪与主动管理优势的同时,更符合外资擅长的量化模型与基本面因子策略。相较传统指数基金,增强型产品在风险可控的前提下具备了获取超额收益的潜力,因此也逐渐受到市场关注。部分产品首发即在规模上突破10亿元,显示外资在指数工具上的本土化创新正初见成效。

布局特色产品正当时 外资公募发力多元赛道

在强化债基和指数产品基础布局的同时,多家外资公募还积极拓展自身的特色优势,发力小众赛道,加快补齐产品线,持续为市场注入差异化选择。

比如,富达基金于年初发行的偏债混合型FOF基金富达任远稳健三个月持有,成为了近年来新设外资公募中首家落地全球多元资产配置策略的代表性产品。该基金借鉴富达在全球成熟市场的“目标风险”策略体系,以稳健型资产配置为基准思路,为国内养老投资提供了新的解法。

值得一提的是,富达任远稳健三个月持有在模型设计、资产配置与智能风控等方面,得到了富达全球团队,尤其是“目标日期基金之父”郑任远及人工智能支持团队的深度参与,也使得该集团长期积淀的系统性能力在本地化落地方面见到了成效。

在港股布局方面,富达基金延续其境外投资的优势,于6月下旬发售富达港股通精选混合型发起式基金,这也是今年外资公募发行的第一只港股通基金。该基金拟任基金经理张笑牧表示,尽管当前经济面临着外部不确定性和新旧动能转换的压力,但港股与A股仍具备很高的投资价值。港股市场拥有较多创新软实力突出的产业,鉴于产业结构差异和标的稀缺性,这将为国内内地投资者提供差异化的投资机遇。

总体而言,外资公募正借助各自的全球经验与专业能力,持续丰富其在中国市场的投资工具箱,这不仅提升了境内投资者的资产配置维度,也为本土基金行业带来了产品理念与策略架构上的多元化激发。

债基担纲指增补强
外资公募产品本土化加速落地

证券时报记者 王小幸