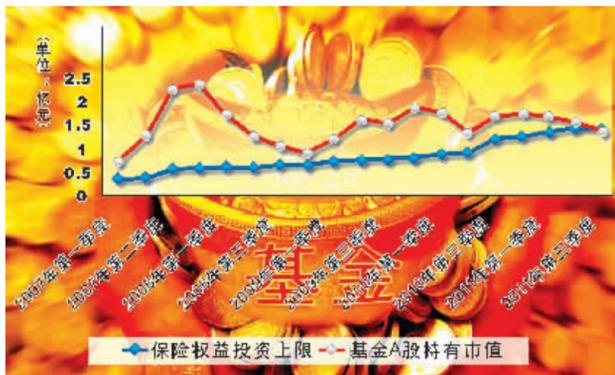


保险权益投资上限首超公募持股市值

从实际持有权益资产总量看,保险短期内还没有超越公募基金的可能

保险权益投资上限和基金持股市值变化曲线



杨磊/制图 张常春/制图

证券时报记者 木鱼

A股市场最大的机构投资者——公募基金市场地位越来越受到第二大机构投资者保险公司的挑战,2011年9月底,保险公司的股票、基金等权益投资上限金额历史上首次超过了公募基金的A股持股市值,两者分别为1.43万亿元和1.38万亿元。

尽管保险公司实际持有A股市值还和公募基金有很大的差距,但保

险公司与公募基金的竞争越来越明显,一批大盘股票的最大单个持有机构从公募基金变为保险公司。

保险权益投资上限快速增长

根据中国保监会10月27日正式公布的2011年9月底行业数据,保险公司的资产总额达到了5.73万亿元,其中主要资产分布为3.54万亿元的投资和1.72万亿元的银行存款。

根据2010年8月保监会发布的投

资比例限制,保险公司投资证券投资基金和股票的余额不超过该保险公司上季末总资产的25%,这就意味着2011年四季度保险公司的最大股票和基金的权益投资规模可以达到1.43万亿元,比2011年基金三季报中公募基金1.38万亿元的A股持股市值还要高出约500亿元。

基金行业统计数据显示,除货币基金和合格境内机构投资者(QDII)基金之外的公募基金,2011年9月底资产净值为1.9万亿元,除了1.38万亿元的股票投资之外,还持有0.32万亿元的债券投资。

在4年前的2007年年底,当时保险公司最大的股票和基金投资金额仅为约5800亿元,近4年时间里增加了146.55%,而同期公募基金实际投资A股市值从2.38万亿元下降到了1.38万亿元,下降了约1万亿元。

据悉,保险权益投资上限快速增长一方面是由于保险公司总资产的快速增加,从2007年年底的2.9万亿元增加到了2011年9月底的5.73万亿元,另一方面是由于投资比例上限的提高,2010年8月开始从之前规定的最高20%调整到25%。

实际持股基金仍大幅领先

不过,从实际持有权益资产量来

看,保险公司还是和公募基金有较大的差距,短期内还没有超越公募基金的可能。

保险股今年中报显示,截至6月末,中国人寿、中国平安、中国太保的股票和基金的权益类投资占比分别为13.38%、11.5%、12.9%,权益投资仓位远未达到目前25%上限,总体只有最高投资上限的一半多一些。按这三大保险巨头的平均投资比例来看,保险公司2011年年底的实际投资股票和基金规模预计在8000亿元左右。

一家保险公司资产管理人士表示,今年是因为股市环境比较差,所以保险公司很少增加股票投资,一旦股市环境转好,保险公司将加仓股票资产,按照目前股票最高投资20%,股票加基金最高25%来看,保险公司增仓的空间很大。

在一些大盘股投资上,公募基金已经明显受到来自保险公司的竞争。证券时报统计显示,在中证100成分股中,有27只股票的最大机构流通股股东(大小非股东除外)是保险,除了工、农、中、建、交五大银行和中石油、中石化两大巨头之外,贵州茅台、五粮液、中兴通讯、浦发银行、中国国航、特变电工等股票的第一大重仓流通机构从公募基金变为保险公司。

保险公司代销基金 三大问题待解

证券时报记者 李焱焱

尽管保险公司试点代销基金的政策尚未正式出台,但相关讨论和推进却在进行中。近日,证券时报记者从多家基金公司了解到,监管部门已经向保险和基金公司征求过意见。

基金业内人士大多认为,保险公司的销售能力毋庸置疑,但要大面积推广,还有杜绝虚假宣传、保险销售提成比例、确保资金安全三大问题待解。

此前,有媒体报道称,销售基金的代销名单中有望增添新成员,保险公司将加入到基金销售的队伍中。监管部门可能先选择保险公司试点,再考虑大规模铺开,通过资格考试和培训以后,保险人员也能够卖基金。

毫无疑问,通过保险渠道代销基金潜力很大,虽然银行和保险公司同样都拥有自己的客户,但相比于银行要坐等客户上门,保险公司更贴近客户,保险业务的传统是上门服务,上门的一对一服务让保险业务员更了解自己客户。除了贴近客户这一天然优势外,拥有数万规模的销售队伍是保险公司代销基金的最大资本。

多位基金业内人士认为,保险渠道代销的优势很明显,但由于保险业务和基金业务模式的天然差别,要大面积推广,还有以下问题需要解决。

首先,如果对从业人员的专业培训不到位,很可能出现虚假宣传、违规承诺等现象,误导消费者。在此前监管部门的征求意见中,基金公司的担忧也主要集中在这一点。目前银行和券商的基金销售,都是通过柜台和网点进行,按照相关管理办法,拥有专业投资咨询人员。而保险公司有大量销售来自于上门销售,其中可能产生诸如虚假宣传、不正当价格竞争、违规激励等问题,难以监控。

其次,保险销售的提成很高,以10%以上计算,相比之下,基金的销售激励比例低很多,基金销售费用根本无法支撑保险渠道目前的人力成本。

第三,保险渠道业务员的特点是上门服务,怎样完全避免业务员个人风险,保证客户资金安全,是个问题。

销售渠道多元化 基金直销到淘宝

淘宝网近期已上报相关材料,博时等基金公司正在洽谈

证券时报记者 方丽

通过淘宝网卖基金曾是基金业的设想,而这一设想不久就可能成为现实。据证券时报记者独家了解,目前博时等一批基金公司正在和淘宝网洽谈,在淘宝网上开设基金直销店。据悉,淘宝网近期已上报相关材料,一旦获批就可在淘宝网买到基金。

据深圳一位知情人透露,目前不少基金公司都在和淘宝网进行沟通,讨论如何在淘宝网上开展基金销售业务,而博时基金有望成为第一家在淘宝网开设直销店的基金公司。据悉,上周淘宝网已向证监会上报相关资格材料。

基金公司想通过淘宝网卖基金是一直以来的设想,不少公司已经为此筹划了1年多,现在是曙光在前。”上述人士表示,这是基金销售上的一大突破。另一家基金公司人士表示,该公司暂时未和淘宝网洽谈这一合作,不过他认为,在淘宝网上开设直销店未来空间很大。

基金公司看准的是淘宝网庞大的用户群,目前淘宝网的注册用户数达到4亿,占整个中国人口接近三成,而运作良好的支付宝更是能让不少投资者进行便捷交易。深圳某基金公司电子商务部负责人坦言,支付通

道不是电子商务发展的主要障碍,如何扩大用户数才是更现实的问题。鹏华基金公司电子商务部总经理邹磊也曾表示:目前鹏华基金在电子商务渠道的拓展方面存在的最大障碍是用户数不够。”因此,淘宝网庞大的用户群有望成为基金的潜在客户。

而让部分基金公司人士担忧的是,目前淘宝网没有多少网上售卖金融产品的历史和经验,毕竟卖基金跟卖衣服饰品有很大不同。其实,在淘宝上销售金融产品的先行者是保险机构,目前在淘

宝开店销售保险产品的保险公司就已经有6家,其中包括中国平安、阳光、华泰、泰康等。

数据显示,2010年开放式基金1.64万亿元销售金额中,银行渠道占比58.1%,直销渠道占比34.6%,券商渠道占比7.4%。银行代销一直是开放式基金的主要销售渠道,近3年其销售份额稳定在60%左右,而短期内这一趋势无法更改。通过和淘宝网等第三方销售机构合作,基金业走上一条突围之道。

本周在售新基金一览

序号	基金名称	基金类型	托管银行	咨询电话	发行日期
1	中邮上证380增强	指数型	中国银行	400-880-1618	9月28日到11月18日
2	海富通国策导向	股票型	中国银行	400-884-0099	10月10日到11月11日
3	天治稳定收益	债券型	中国银行	400-886-4800	10月12日到11月11日
4	大摩华鑫深证300增强	指数型	建设银行	400-888-8668	10月17日到11月11日
5	中银中小盘成长	股票型	招商银行	400-8885-566	10月17日到11月18日
6	天弘丰利分级	债券型	邮储银行	400-710-9999	10月24日到11月18日
7	民生加银景气行业	股票型	建设银行	400-8888-388	10月18日到11月18日
8	中银中小盘成长	股票型	招商银行	400-888-5566	10月17日到11月18日
9	鹏华美国房地产	QDII	建设银行	400-678-8999	10月26日到11月22日
10	大成可转债	债券型	工商银行	400-888-5558	10月24日到11月25日
11	泰达宏利中证500分级	股票型	中国银行	400-698-8888	10月24日到11月25日
12	建信恒稳价值	混合型	光大银行	400-819-5533	10月24日到11月18日
13	财通价值动量	混合型	工商银行	400-820-9888	10月27日到11月28日
14	农银汇理中证500	指数型	交通银行	400-689-5599	10月28日到11月25日
15	长盛同禧信用增利	债券型	中国银行	400-888-2666	10月31日到12月2日
16	申万菱信可转债	债券型	工商银行	400-880-8588	11月1日到12月2日
17	鹏华丰泽分级	债券型	邮储银行	400-678-8999	11月2日到11月25日
18	浦银安盛增利分级	债券型	上海银行	400-882-8999	11月7日到12月7日
19	银华中证内地资源主题分级	指数型	中国银行	400-678-3333	11月7日到12月2日
20	长盛同禧中证200分级	股票型	农业银行	400-888-2666	11月7日到11月30日
21	嘉实周期优选	股票型	工商银行	400-600-8800	11月7日到12月6日
22	信诚全球商品主题	QDII	中国银行	400-666-0066	11月9日到12月14日

数据来源:公开资料 刘明/制图

无专户负责人 一批小公司无缘专户

证券时报记者 程俊琳

原本以为能够较快步入专户业务的基金公司由于没有“专户负责人”,被阻挡在门外。

知情人士透露,一家原本准备上报专户资格的小基金公司目前放弃这一计划,原因是该公司至今没有专户业务负责人,前期资料准备均由筹备部门的其他员工完成,而当前规定资格申报需要提交的资料中却包含人员构成情况。

据了解,在小型基金公司中,一些公司并没有引入能够挑大梁的专户投资管理人员。一直以来的筹备工作其实是监管部门确立资格申报期间,先由其

他工作人员准备资料申报资格,获得资格后再引进人才进行投资管理。

上海一家已经上报资格的基金公司高管告诉证券时报记者,过去并不知道资格上报到底何时才能进行,这种不确定性使基金公司在筹备专户部门时持谨慎态度,担忧出现人手到位,却迟迟无法开展业务的情况。”

根据关于实施《基金管理公司特定客户资产管理业务试点办法》有关问题的规定中对申请材料规定第七条,基金公司需提交人员和部门准备情况,主要包括设立专门的业务部门情况,拟任负责特定客户资产管理业务的高级管理人员、部门负责人、投资经理、研究人员及其他从业人员的基本情况的相关资

料。因此,原本以为只要有专户筹备部门就能先报资格的基金公司无法提供这些材料准备,放弃了先拿资格的计划。

没有负责人,表明基金公司并没有为这一业务做好准备,以试试看态度进行业务扩充失败概率也很大,因此监管部门在资格申报这一关就对这些公司说“不”。前述知情人人士表示。

一家已经上报资格的基金公司人士表示,虽然监管部门鼓励基金公司业务多元化发展,但前提必须是能有条件进行专户业务发展,因此先拿资格再筹备产品的计划不能实行。”他透露,所在公司提前一年就把负责人落实到位,但在业内做到落实的也许只有不到三分之一。

活力深证 强劲300

大摩深证300指数增强基金(233010)

11月11日 建行、招商等各大渠道,公司直销中心和网上直销结束募集

成长的企业
均衡的行业
稳健的策略
追求更高的收益

摩根士丹利华鑫基金 | 网址: www.msfnfunds.com
客服热线: 400-8888-8888

摩根士丹利华鑫基金 | 基金有风险,投资需谨慎

农银汇理基金 | 40068-95599 | www.abc-ca.com

农银汇理 中证500 指数基金

10月28日~11月25日 公开发售

基金代码 660011

基金投资理财

浦银安盛 增利分级 债券型证券投资基金

基金代码: 166401

志在进取 11月7日-12月7日 全面发售 求稳取益

分级取利 自在两手

浦银安盛基金 | www.py-axa.com | 400 8828 999
详情参阅基金法律文件,基金投资需谨慎

王连洲: 基金销售必须是良心买卖

证券时报记者 陈楚

今年以来,受基础市场震荡下跌影响,基金业绩整体上出现了一定亏损,基金销售步履维艰,新基金发售甚至比2008年金融危机时还要低迷。在2011中国基金营销拓展研讨会上,召开前夕,证券时报记者专访了《证券投资基金法》起草小组首任组长王连洲。

基金要对得起“专家理财”称号

王连洲表示,基金营销必须结合A股市场和基金的发展阶段不断创新,但基金营销不同于实物营销,销售的产品必须能给予持有人带来真实的业绩回报,它是一种价值营销,营销人员不能为卖而卖、自卖自夸,不能仅仅为了扩大销量而卖基金。”王连洲认为,酒香也怕巷子深,基金当然需要营销宣传,但销售人员要在持有人购买前,必须将产品的风险收益特征实事求是地跟投资者讲清楚、说明白。

首先,基金营销人员应该做到自己对产品有信心,而不能一味地进行“忽悠式”营销。其次,基金经理要有把业绩做好的紧迫感和使命感,要始终有一种为持有人带来稳健、持续、优良业绩回报的无形压力,有一种投资者利益最大化的心理。没有金刚钻别揽瓷器活”,基金营销说白了就是“良心买卖”,基金经理必须要对得起“专家理财”这个金字招牌。

制度落实 持有人利益最大化

基金公司治理结构的一切出

发点和归宿点,都应当是持有人利益最大化!”在王连洲看来,制度设计和创新除了保证持有人的利益之外,还必须充分发挥基金经理的创造性和创新性。基金公司不能只追求规模而不追求业绩,基金经理的业绩应当和报酬挂钩。“从2006年、2007年那轮牛市以来,不少持有人仍然是亏损的,如何让持有人从亏损的尴尬处境中重新树立起对基金的信任和忠诚度,是基金公司亟待解决的一大难题。”

王连洲还认为,基金公司需要进一步做好风险控制,要让投资研究和风险控制“并驾齐驱”,两者任何一方都不可偏废。同时,在基金的最低仓位控制上,在维护A股市场稳定的前提下,王连洲建议“仓位最低限制应该结合股票市场的实际情况适时适度地进行调整”,以利于基金进一步发挥其能动性和研究的前瞻性。

谈及举办了多年的“中国基金投资者服务巡讲大型公益活动”,王连洲表示,作为一个投资者和基金管理人沟通交流的平台,该活动过去场场爆满的情况说明,基金业的投资者教育和培训还需进一步做深做细,真正做到让基金走进持有人,让持有人了解基金。我们还将把此类活动举办下去,让基金投资在老百姓的心里生根发芽,最终绽放美丽的花朵!”王连洲表示。

据悉,即将于本月17日召开的“2011中国基金营销拓展研讨会”,来自工、农、中、建、交五大行等代销机构的领导,将与基金公司、券商、信托公司等人士一道,就基金营销十年回顾及基金营销现状和未来发展趋势、基金营销热点等进行交流和研讨。