



与客户交朋友，一切从客户需求出发

东方基金管理有限责任公司董事长 崔伟

2013年，中国基金行业发生诸多变化，呈现出前所未有的创新活力，特别是互联网金融的迅速崛起，令人惊叹亦发人深省。

未来，在“放松管制、鼓励创新”的监管思路下，基金业市场化程度将越来越高，竞争也将越来越激烈。那么，东方基金选择何种发展路径，才能更进一步，发展成为特色鲜明、优势突出的财富管理机构？

我们的选择是：客户！即着眼于客户，尽最大努力解决客户在基金投资中的“痛点”，与客户交朋友，一切工作从满足客户需求出发。

投研 满足客户投资增值的核心诉求

长期以来，公募基金提供的是相对收益的产品，而客户购买基金就是为了获取绝对收益。这种供需错配的矛盾，在近几年熊途漫漫的资本市场上尤为突出，一定程度上扩大了投资亏损，成为客户心目中最大的“痛点”！

为满足客户这种最为核心的诉求，基金公司首先要解决的是投资业绩问题，给客户尽可能带来更多的正回报。只有不断加强投资管理，优化投研团队，提升投资业绩和收益回报，才能提升客户满意度，增强客户的信任和黏性。近年来，东方基金强化团队、机制、文化“三位一体”的投研体系建设，旨在加强投资管理能力，为满足客户核心诉求保驾护航。

在团队建设方面，东方基金投研团队中，一部分是一直坚守在东方的高素质投研班底，另一部分是不断引进的新鲜力量。目前，东方基金拥有比较稳定且投资能力较强的投研团队，团队中有30多名成员，核心骨干人员均具有10年以上的从业经历。

同时，东方基金还建立了行之有效的考核机制。对于投研人员的考核，探索出相对排名与绝对收益相结合的考核模式，能够更有效地激励投研人员提高收益水平，给基金持有人带来回报。

此外，东方基金注重文化建设，形成了特色鲜明的投资管理文化——“投资理念统一化，投资风格多元化”，并得到了充分的贯彻和落实。所谓“统一化”是指全部投研人员秉承价值投资理念，以基本面分析为导向挑选投资标的；“多

元化”是指公司允许和鼓励不同的基金经理、不同的基金形成差异化的投资风格，或偏重成长投资，或偏重价值投资，或兼顾成长与价值投资。统一化和多元化的共存，真正实现了公司倡导的“合而不同”，满足不同客户的需求，丰富公司投资管理手段。

正是得益于团队和理念的成熟，东方基金近年来在投资管理中成效显著，如2011年确定的控制仓位、波段操作、坚持“低估值和确定性成长”的投资思路，帮助投资者在一定程度上抵御了市场系统性风险，权益类基金绝对收益位居行业第一；2012年权益类基金绝对收益位居行业第四，两年期权益类基金绝对收益位居第一；在2013年结构性牛市中，以东方增长中小盘为代表的基金，亦紧紧抓住“确定性成长”的投资机会，为客户获取可观回报；进入2014年，东方基金在固定收益类产品管理中，鲜明地提出追求绝对收益的投资策略，旨在为客户获取满意回报。

销售 将合适产品推荐给合适客户

除了投资能力是否能够满足客户追求绝对收益的核心需求，在销售端，由于部分基金公司或多或少存在规模导向的销售模式，使得产品与客户“错配”，导致客户对基金产品信任度、满意度有所下降，造成客户在基金投资中的又一“痛点”。

事实上，在千余只基金产品中，并没有最好的基金产品，只有最合适的基金产品。那么，基金销售就不像传统消费行业的销售，它的销售行为是为投资者寻找合适的产品提供参考和便利，在这种原则下，应当是针对客户的需求，推荐恰当的基金产品，在时间选择、种类选择、投资方式选择等方面为客户提供具有适应性的建议。

因此，将合适的产品推荐给合适的客户，这也是东方基金过去、现在和未来营销的主要原则和方向。在基金销售的过程中，我们尽力避免单纯为了销售而销售的做法，即使有客户主动提出购买意向，但如果通过交流，发现产品与客户的匹配度不高，我们也会劝阻客户购买，并在有符合客户情况的产品出现时，及时告知。我们坚信，只有真正对客户负责，赢得客户的信赖，客户才能成为有黏性的客户，才能放心地将更

多资产交给我们打理。

除此之外，东方基金努力根据资本市场行情趋势变化，深度挖掘客户的理财需求，通过进一步的市场细分及定位，在恰当的时点推出更多为不同客户群体量身定制的产品出来，包括创新型产品，一方面可以使客户受益，另一方面也使公司产品无论是规模还是收益都保持更好的持续性和稳定性。比如2013年，我们推出绝对收益理念的东方利群混合型发起式基金，通过利益捆绑的形式，真正实现与客户利益共享、风险共担。

服务 为客户提供多元化优质服务

基金行业由于自身先天性的问题，在营销渠道方面一直处于劣势地位。过于依赖银行等代销渠道的营销模式，使得基金业在十余年的发展，并未能沉淀多少真正属于自己的客户。直接客户相对较少是基金公司之痛，那么，无服务或不能充分享受基金公司的服务，也是客户心中的痛。

近年来，东方基金围绕客户需求，前、中、后台协同联动，致力于形成以客户价值为中心的服务体系，尽最大努力维护和积累公司直接客户，旨在通过多层次的客服体系为客户提供多元化的优质服务，提高客户的满意度和忠诚度。所谓多元化服务，包括服务内容的多元化和服务形式的多元化。在服务内容方面，售前为客户提供沟通与交流的资讯、咨询服务，售中为客户寻找到合适的产品提供参考和便利的咨询、指导服务，售后为客户提供资产管理、账户管理等服务，形成了较为明晰的服务流程和覆盖客户整个基金投资体验过程的服务内容。

在形式多元化方面，东方基金依托直销柜台和代销渠道，建立了一整套间接服务和直接服务平台。在信息查询、资讯服务方面，不仅依托Call-center人工服务、客服邮箱信息发送、官方网站信息展示，还包括官方微博、微信等互联网交互平台，服务内容、服务质量稳步提升，不断满足客户多元化的理财、资讯等需求。

为优化直接客户服务体验，为客户提供集便捷性、智能化、功能化的一站式互联网理财平台，增强直接客户对网上直销系统服务的满意度，东方基金自去年下半年启动了官方网站改版及直销

系统升级，预计初期工作会在今年上半年完成。

未来 一切要从解决客户需求出发

一直以来，东方基金的定位是：成为成长迅速、值得信赖、受人尊敬的、有特色的财富管理机构。要想实现这一目标，我们的出发点依然是：满足客户需求！

首先，在对客户进行细分的基础上，壮大公募基金业务的同时开展特定资产管理业务，实现公募基金业务与特定资产管理业务并重发展，满足不同客户类型的投资需求；

再者，充分发挥投研优势，在不断强化投研团队的主动投资管理能力的同时，通过提供主动型权益类和固定收益类产品满足客户理财需求，做主动型产品的优秀管理人；

另外，通过产品创新、服务创新，实行差异化竞争策略，在细分市场上拥有核心竞争优势，实现长期可持续发展。

展望未来，基金行业市场化程度逐步走高，整个行业将呈现出前所未有的创新活力，新一轮竞争格局逐渐形成。我们更应当把握市场机遇，踏踏实实做好自己的事情，努力为客户提供专业、优质服务。2014年，我们将从以下几个方面寻求突破：

第一，继续优化投研团队，稳步提升投资管理能力；巩固行之有效的投研体系和机制，保证公司资产管理业绩回报可持续、可复制，为投资人创造满意回报。

第二，通过不同类型的产品设计，满足具有不同风险承受能力客户的理财需求，并通过专业的投资管理，使公司的产品在同类产品中具有竞争力。

第三，坚持以客户价值为中心的服务理念，通过官网直销系统升级，尽最大努力维护和积累公司直接客户，通过多层次的客服体系提高客户的满意度和忠诚度。

第四，注重以员工发展为中心，培养一支具有较高专业水准和职业素养的员工队伍。

总之，在市场化日益激烈的竞争环境中，我们唯有着眼于客户，扬长补短，以“积跬步，行万里”的踏实与执着，以“纳新流，汇江海”的包容与进取，致力于为客户提供专业的服务、优异的业绩，方能赢得客户长期持续的信任与支持！

国投瑞银基金 UBS SDIC FUNDS

国投瑞银基金恭贺《中国基金报》创刊！
理财就用钱多宝
猛扫二维码微信好礼等您来拿

注：国投瑞银钱多宝购买的是国投瑞银货币市场基金A（121011），成立5年来每年均实现正收益。国投瑞银官方微信已开通该货币基金T+0赎回到账功能，每天9点-21点开放快速赎回，最快1分钟到账。

扫描二维码，关注国投瑞银官方微信

投资有风险，购买货币基金并不等同于银行存款，存在本金亏损可能

热烈祝贺《中国基金报》创刊！

兴业全球基金
AEGON INDUSTRIAL FUND

专注提供优质专业的价值和服务 将责任融入投资 用行动实践梦想

兴全睿众 WISEMAN ASSET MANAGEMENT 专户理财

海富通基金 海富通基金

海富通基金恭贺《中国基金报》创刊！

挖掘内需热点，紧跟国策导向，为投资人创造价值！

晨星统计，截至2014年2月21日，今年以来海富通国策导向股票基金（519033）涨幅14.15%，最近一年涨幅52%；
今年以来海富通内需热点股票基金（519056）涨幅16.58%。

基金投资需谨慎